



إصدارات 4
مركز البصيرة
للبحوث والتطوير الإعلامي

دليل الإعلام الإسلامي

طه أحمد الزيدي





إصدارات مركز البصيرة – ٤

دليل
الإعلام الإسلامي

طه أحمد الزيدي

رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام

دار الفجر

للطباعة والنشر– العراق

دار النفائس

للنشر والتوزيع– الأردن

الطبعة الأولى

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
٢٠٠٨/٦/٢٠٣٨



العراق- بغداد- الأعظمية

٠٠٩٦٤٧٩٠١٣٨٩٤١٠

٠٠٩٦٤٧٩٠٤٥٣١٤٥٢

EMAIL:
daralfajir@yahoo.com
tahaazz@yahoo.com



العبدلي - مقابل مركز جوهرة القدس

ص.ب ٩٢٧٥١١ عمان ١١١٩٠ الأردن

هاتف: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤٠

فاكس: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤١

Email: ALNAFAES@HOTMAIL.COM

www.al-nafaes.com



بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه، وبعد:

فإن الإعلام الإسلامي وضعت له لبنات الأساس وأخذ بالعلو، ويأمل العاملون فيه ببناء صرح شامخ لمنظومة الإعلام الإسلامي تليق بمكانة الأمة الإسلامية وعمقها التأريخي ودورها الكبير في صناعة الحضارة الإنسانية وإذا كان الإعلام الإسلامي يعاني من تحديات ومعوقات في الماضي والحاضر فإن استشعار المسؤولية واستشراف المستقبل يدفعنا لتجاوز هذه التحديات والتغلب على هذه المعوقات.

ولكن ما المقصود بالإعلام الإسلامي في خضم ما أنتجته الساحة العربية والإسلامية وتصنيفه من قبل الباحثين ؟

يجيب عن هذا التساؤل الدكتور عبد القادر طاش محدداً أولاً نظرة الناس إلى حدود هذا المفهوم قائلاً: تختلف نظرات الناس حول الإعلام الإسلامي ما بين النظرة الجغرافية، والنظرة التاريخية، والنظرة الواقعية التجزيئية. فالنظرة الجغرافية تفهم الإعلام الإسلامي على اعتبار أنه الإعلام الصادر من دول العالم الإسلامي، أو الجهات التي تنتسب إلى الإسلام. وتكاد هذه النظرة أن تكون النظرة السائدة في الدراسات الأجنبية عن الإعلام الإسلامي. ولذلك تصنف هذه الدراسات إعلام الدول التي تقع في إطار العالم الإسلامي ضمن الإعلام الإسلامي بمفهومه الجغرافي الرسمي، دون تمييز في المنهج أو الغاية أو الممارسة.

والنظرة التاريخية للإعلام الإسلامي تكاد تحصر الإعلام الإسلامي في إطار زمني

ضيق، فتوحي بأن الإعلام الإسلامي مفهوم تراثي، وممارسة محدودة في فترة زمنية معينة، مثل تلك الدراسات التي تتناول الإعلام ووسائله في عهد النبوة أو الخلفاء الراشدين.

أما النظرة الواقعية التجزيئية للإعلام الإسلامي، فتستند إلى صورِ الممارسة الواقعية لبعض جوانب الإعلام الإسلامي المحدودة، وتفهم هذا الإعلام باعتباره إعلاماً (دينياً متخصصاً). ولذلك يغلب على من ينحو هذا المنحى أن يفهم الإعلام الإسلامي في حدود الصفحات الدينية، وركن الفتاوى، والخطب المنبرية، في الصحافة اليومية، أو في حدود تلك الصحف والمجلات التي تسمّى نفسها بالإسلامية، أو في حدود البرامج والأحاديث الدينية في الراديو، أو في حدود البرامج والأفلام والمسلسلات التاريخية والدينية، التي يشاهدونها عبر الشاشة التلفازية أو السينمائية !!

ويفند د. طاش هذه النظرات القاصرة بقوله: ومع أن هنالك بعض جوانب الصحة في هذه النظرات المختلفة للإعلام الإسلامي، إلاً أنها لا تعبر عن حقيقة الإعلام الإسلامي بشموله وتكامله، ولا تمثل جوهره الأصيل، وخصائصه النظرية والتطبيقية.

ويضيف محدداً مفهوم الإعلام الإسلامي بقوله : إنَّ المفهوم البديل، بل المفهوم الحقّ للإعلام الإسلامي هو المفهوم المنهجي، الذي لا يجعل مقاييس إسلامية الإعلام مبنية على أساس الحدود الجغرافية والمكانية، أو الوضعية التاريخية المحدودة، أو الممارسة الواقعية الخاطئة للإعلام في الحياة، بل يبني تلك المقاييس والمعايير على أساس المنطلقات الرئيسة والأطر الفكرية والاجتماعية والإنسانية المنبثقة من روح الإسلام وتصوراته الكلية وقيمه السامية، وعلى أساس الضوابط الشرعية التي ينبغي أن يسير

الإعلام على هدي منها، ويلتزم بها في نشاطاته المختلفة وممارساته الواقعية .

فالإعلام الإسلامي له شخصيته المستقلة وخصائصه المميزة له كما عبر عنه د.إبراهيم إمام، فهو نسيج وحده ولا يمكنه أن يحاكي إعلام الغرب أو الشرق لأنه يدرك تماماً مسؤوليته نحو الأفراد والمجتمع ويعي عمق الأثر الذي يمكن أن يحدثه في الناس فالكلمة المسؤولة لها أغوار بعيدة وآثار خطيرة، كما أن لها قوة في التغيير وليس في التعبير فقط، وسر هذه القوة في الإعلام الإسلامي يكمن في كونه يستمد نفوذه من قاعدة إيمانية واضحة، ينطلق منها ويصدر عنها في كل توجيه وإرشاد، وهناك فرق هائل بين الانصياع للشرائع الوضعية والانقياد للشرائع الإلهية .

ومع أن الإعلام الإسلامي له خصوصيته ومبدئيته ، لكنه لاينعزل عن الآخرين بل يمد جسور التعاون والاستفادة (خاصة تقنياً وأكاديمياً) مع المؤسسات الإعلامية الأخرى.

إن هذه الدراسة جاءت لتؤكد هذه المعاني ليس من باب التأصيل والبحث وإنما من خلال التعريف بالدراسات التي كتبت في الإعلام الإسلامي وعنه ، سواء من حيث كونه منظومة متكاملة أو في إحدى جزئياته ، كما اننا قصدنا من خلالها تحقيق بعض الأهداف منها :

١- تسليط الضوء على جهود الباحثين في الإعلام الإسلامي وحرصهم على التأصيل والتفعيل بما يخدم الرسالة الإسلامية.

٢- تنوع اختصاص الباحثين مما يدل على أهمية الإعلام الإسلامي وضرورته للمجتمع .

٣- فتح الافاق امام الباحثين المعاصرين الذين يرومون خدمة الإعلام الإسلامي ،

وإعطائهم تصوراً عن الكتابات السابقة، وإرشادهم إلى أهم المؤلفات التي دونت في العالم الإسلامي.

٤- حرصنا على ذكر فهرست المؤلفات ما استطعنا إلى ذلك سبيلاً، لتوضح جزئيات البحث ، فالعنوان العام قد يغطي على جوانب فيها أو لا يستوعب بحثها ، ولذا فهذه الدراسة تقدم من خلال مفهوم المخالفة تصوراً عن المجالات والنواحي التي ما تزال بحاجة إلى بحث ودراسة .

وأخيراً إن هذه الدراسة ترد على من يزعم أن لا وجود للإعلام الإسلامي ، فمفهوم لا يتجاوز عمره أربعين عاماً ويرفد بما يزيد عن (٣٠٠) دراسة باللغة العربية- حسب علمنا- تؤصل له وتبحث فيه ، فكيف يكون الوجود إذن.

والرابطة الإسلامية للإعلام في العراق ومن خلال مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي يسعدها أن تضع بين يدي الباحثين هذا الدليل الذي سبقته واعتمد عليها بعض الدراسات التي تناولت المؤلفات في الإعلام الإسلامي وفي مقدمتها كتاب الإعلام الإسلامي ، ببليوجرافيا الكتب والرسائل والبحوث الجامعية للدكتور محمد خير يوسف وما ألحقه الدكتور سعيد إسماعيل بكتابه الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، مع تباين منهجيهما في العرض ، وكذلك ما وقفنا عليه من خلال بحثنا ومتابعتنا وخاصة على شبكة الانترنيت.

وتميزت هذه الدراسة بأنها حاولت جهد الإمكان أن تعرض الفهرس ضمن قاعدة البيانات التي تقدمها عن كل مؤلف، لتضع الباحثين أمام تصور مجمل عن مضمونه .

على أننا ننوه إلى أن ما ضمه هذا الدليل ليس معناه انطباق مفهوم الإعلام الإسلامي عليها أو الموافقة على ما جاء فيها وإنما من باب التغليب والعموم.

وكنا نتمنى أن نتوسع في هذا الإصدار لكن ظروف البلد وصعوبة الاتصال بالجهات ذات الشأن خارج العراق حالت دون ذلك على أننا نلتزم بالتوسع مستقبلاً إن شاء الله تعالى.

كما يسرنا أن ندعو الأخوة الباحثين والمهتمين بقضايا الإعلام الإسلامي أن يزودنا بكل ما يخدم هذا المشروع.

والله الموفق لما يحب ويرضى.

طه الزيدي

الكتب المؤلفة في الإعلام الإسلامي

١- أبناؤنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام: منى حداد يكن

بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٤٠٢هـ، ١٤٨ص.

٢- اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، مع دراسات عن الأخلاقيات الصحفية في المجتمع الإسلامي المعاصر، إجلال خليفة

القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية- ط٢ ، ١٤٠١هـ، ٢٢٦ص.

٣- الاتجاهات الدينية في برامج الإذاعة ١٩٦١م-١٩٨١م: حمدي حسن

القاهرة: جامعة الازهر، كلية اللغة العربية، ١٤٠٥هـ - (أطروحة دكتوراه).

٤- اتجاه الإعلام العربي المعاصر في ميزان الإعلام الإسلامي: محمد نمر أحمد أبو هنطش.

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٥هـ - (رسالة ماجستير).

٥- الاتصال المباشر وأثره الإعلامي في العهد النبوي:إعداد عيد عوض الجهني، إشراف محمد عبد العليم العدوي

[المدينة المنورة، جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة]، ١٤٠٢هـ، ١٩٠ ورقة.

٦- اثر الإعلام المعاصر في الأمة الإسلامية: يوسف محيي الدين أبو هلالة، إشراف عبد المنعم محمد حسنين

المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية، ١٤٠٢هـ، ٥٩٦ ورقة – (أطروحة دكتوراه).

٧- الأثر الإعلامي للتجار المسلمين في جنوب شرق آسيا:عبد الله بن سعد الضياف

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، ١٤٠٤هـ (رسالة ماجستير).

٨- أثر الدعوة في التدقيق الإعلامي في العهد النبوي: زهير إبراهيم الخالد

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، د. ت.، ١١٦ ورقة – (رسالة ماجستير)

٩- أثر المدرسة الإعلامية في بناء المسلم: إبراهيم بن عبد المحسن العامر

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ -(رسالة ماجستير).

١٠-أثر وسيلة التلفاز على تماسك الأسرة ووحدتها وتمسكها بأحكام الدين: نذير إبراهيم المسند، إشراف كرم فتحي سالم

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٥هـ، ١١٤ ورقة – (رسالة ماجستير).

١١-أخبار العالم الإسلامي في الإعلام الغربي: دراسة تطبيقية على إذاعة مونت كارلو: إعداد عبد الكريم صلاح المطبقاني، إشراف محمد كرم شلبي، عبدالمجيد معاذ

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، د. ت، ٨٤، ٨ورقات – (رسالة ماجستير).

١٢-أخبار العالم الإسلامي في الصحافة السعودية: عبد الله محمد الوهيب، عبدالعزيز سليمان العلي

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٥هـ -(رسالة ماجستير).

١٣-الإذاعة الإسلامية، يحيى بسيوني مصطفى

(الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية ١٩٨٦)،

تقديم، مقدمة،

قصة الراديو، نشأة الإذاعة، بدايات البث الإذاعي، الراديو بين وسائل الاتصال، الاتصال

مظاهر الاتصال ووسائله، تحليل عملية الاتصال، المرسل، الرسالة أو المثير، الأفراد الذين يستقبلون الرسالة، الشخصية، حاجات ودوافع الأفراد، الإطار المرجعي، عضوية الجماعة، الاستجابة، رد فعل المستقبلين للمثير، كيف تكتب للراديو، خصائص لكتابة النصوص الإذاعية، صفات يجب أن تتوفر في الكاتب الإذاعي، جوانب اخر.. متعلقة بالموهبة الإذاعية، حدود الكتابة للراديو، الإعداد والاتجال، إطار الأعداد، أنواع الكتابة للراديو، كتابة التمثيلية الإذاعية، كتابة النص التمثيلي الإذاعي: الفكرة الأساسية، الشخصية والأبطال: البعد الكياني، البعد الاجتماعي، البعد النفسي، الحوار والصراع، أنواع الصراع، الساكن، الواثب، الصاعد، المرهص، الحوار، الحركة، المؤثرات الصوتية، المؤثرات الحية،المصنوعة أو المؤلفة،

منهج الإذاعة الإسلامية، التخطيط ، مسؤوليات الإذاعة الإسلامية، المواد الإذاعية والفنون الإسلامية، سيطرة الغزو على المواد والبرامج، لابد من إنتاج البدائل، خصائص الفنون الإسلامية التعبيرية، ماهية الفنون الإسلامية، أهم خصائص ذلك الفن: أنه وسيلة إلى غاية، ملتزم بالإسلام، أصيل وخالد، مستقل، الثبات والحركة، فن أخلاقي، الإتقان والإبهار، الشعور بالمسؤولية، الأخبار من أهم المواد الإذاعية، إعداد رجال الأخبار والمعلقين الاذاعيين،

مستويات العمل الأخباري الإذاعي، الخبر، القصة الإخبارية، الإذاعة الإسلامية تنشر الأنباء الصادقة، الأنباء للجمهور أولاً، النبأ الطازج، النبأ القريب، حجم النبأ، التنافس والصراع والنزاع، البحث عن ما يهم الناس، أسماء الشخصيات، المكان، الزمن، نشرة الأخبار الإذاعية، (الأحاديث الإذاعية)، مادة الاحاديث الإذاعية، عوامل نجاح الحديث، الأسئلة.

المؤتمر الصحفي، تغطية التجمعات، الحوار مادة إذاعية، الحديث الحواري، الحديث البياني، الحديث الشخصي، السؤال الدائري، الحوار المحرج، الحوار الجماعي، الريبورتاج في الإذاعة، التحقيق الإذاعي يخدم الريبورتاج، أشكال الريبورتاج، أنواع الريبورتاج، الريبورتاج الحي، موضوع الريبورتاج، البرامج والتنسيق، الراديو هو مجموعة البرامج المنسقة، أنواع البرامج ، البرامج الإخبارية، البرامج الدينية، البرامج الثقافية والفنية، مذهب كلاسيكي، كلاسيكي حديث، رومنسي، الواقعي، الطبعي، الرمزي، السيريالزم، الصوفي، الوجودي، البرامج الفئوية، (فئات السن)، فئات المهن، والقول السديد الواضح الصادق، ومقياس القول السديد، الخاتمة، قائمة المراجع العربية، المراجع الأجنبية، محتويات الكتاب.

١٤-إذاعة القرآن الكريم في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية تقويمية للبرامج ودراسة ميدانية للجمهور: إسماعيل بن أحمد النزاري

المدينة المنورة: جامعة الإمام، كلية الدعوة – (أطروحة دكتوراه).

١٥-إذاعة نداء الإسلام: دراسة تحليلية للبرامج المذاعة: عبد الله محمد الهادي

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ، ١٣٥ ورقة – (رسالة ماجستير).

١٦-أساليب التخطيط للإذاعات الدينية: دراسة تطبيقية على إذاعة القرآن الكريم بالرياض: أحمد عبد العزيز النغيمش

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٨هـ، ١٩٢ ورقة (رسالة ماجستير).

١٧-أساليب الدعوة الإسلامية في شبكة المعلومات العالمية الانترنيت : حيدر محمد عبد الجليل، بغداد الجامعة الإسلامية عام ٢٠٠٧م ،رسالة ماجستير باشراف

الدكتور هاشم أحمد نغيمش الزوبعي

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الثاني التعريف بالمصطلحات

المبحث الأول التعريف بالدعوة الإسلامية

المبحث الثاني التعريف بشبكة المعلومات العالمية

الفصل الثالث أساليب الدعوة الإسلامية في شبكة المعلومات العالمية

المبحث الأول أساليب الدعوة الإسلامية

المبحث الثاني أساليب الدعوة الإسلامية وتنوعها حسب المدعويين من الكتاب والسنة

الفصل الرابع القوالب والأشكال الفنية المعتمدة في شبكة المعلومات العالمية

المبحث الأول المحادثة والبريد الإلكتروني

المبحث الثاني المواقع والمنتديات ومحركات البحث

الفصل الخامس بناء نموذج نظري لمشروع موقع دعوي على شبكة الانترنيت

الخاتمة والتوصيات

المراجع والمصادر

١٨-الأسرة المسلمة أمام الفديو والتلفزيون : مروان كجك

(القاهرة: دار الكلمة الطيبة ١٤٠٧)

قائمة المحتويات، المقدمة

مفهوم الإعلام وغايته، تعريف الإعلام، رجال الإعلام الإسلامي

لمحة من تاريخ الإعلام

صور من الإعلام المنحرف، الإعلام الفرعوني، الإعلام الفاطمي، الإعلام النازي، الإعلام اليهودي

الإعلام في صدر الإسلام

الإسلام والمسؤولية، الإعلام في عهد الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم) والخلفاء الراشدين (رضي الله عنهم)، وسائل الإعلام في صدر الإسلام، وظيفة الإعلام وخطورته

وسائل الإعلام

الإعلام التلفزيوني؛ مكانة وأهدافه، مكانة الإعلام التلفزيوني، هدف الإعلام التلفزيوني، أثر التلفزيون في تغيير الرأي العام، تأثير الإعلام في الجمهور، الإمكانات الهائلة للتلفزيون في السيطرة على العقول ،التلفزيون وغسيل المخ، التلفزيون زعيم مسيطر، الأسر التلفزيوني، التجربة الشخصية في اكتشاف أساليب الأسر، الأسر التلفزيوني واختيار اللحظات المبهرة، مستقبل الإعلام التلفزيوني الموجه، العالم كله أمام شاشة واحدة، التلفزيون والكذب على الأحياء، أين الحقيقة فيما نشاهد على الشاشة، شبكة عالمية من الأفاكين والمضللين، الاستغراق في الخيال والبعد عن الحقيقة، الرجل الإلكتروني ، التلفزيون وحجب الحقيقة، من المسيطر على الإعلام، تحديد الوعي الداخلي وتوجيهه، التلفزيون والحكم الفردي المطلق، ورقة عمل للطاغين والمستبدين، التربية والتعليم أمام توجيهات الفديو والتلفزيون، التربية التلفزيونية، الأثر التراكمي للفديو والتلفزيون، ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، التعليم التلفزيوني، العلم بين الكلمة والصورة، التلفزيون والتفاعل مع مصدر المعلومات، التلفزيون والمناهج الدراسية، التلفزيون والتعليم عن بعد، الآثار النفسية للفديو والتلفزيون، التلفزيون وأحلام اليقظة، التلفزيون والرعب، تلفزيون مدرسة السلبية، شعور الناس أمام

التلفزيون، مابعد المشاهدة التلفزيونية، الآثار الجسيمة للفديو والتلفزيون، آثار الفديو والتلفزيون على الحواس، آثار ضوء الفديو والتلفزيون، أضرار العائلة التلفزيونية، تحذير للأم الحامل، دراسة يابانية لآثار التلفزيون على الأطفال، الآثار الاجتماعية للفديو والتلفزيون، الخط البياني لآثار التلفزيون، التلفزيون والعنف، التلفزيون والتوجيه نحو العنف، دراسات غريبة نحو العنف التلفزيوني، التلفزيون والجريمة، الجريمة التلفزيونية تدخل بيوتنا، التلفزيون ومعاكسة النساء في الطريق العام، عصابات من النساء، خذوا أطفالي إلى الأحداث، التلفزيون اللغم، التلفزيون والدعاية، غاية الدعاية وطبيعتها، الإعلان والحقيقة، الإعلان التلفزيوني وحمى الاستهلاك، الإعلان التلفزيوني وتغيير الانماط الغذائية، الإعلان التلفزيوني والأطفال، الدعاية السياسية، مكانة الإعلان التلفزيوني، الفديو والتلفزيون والحياة الاجتماعية، الحياة الزوجية بين الفديو والتلفزيون ، التلفزيون والعلاقات الاجتماعية، التلفزيون والشباب، التلفزيون وشريعة الغاب، دراسة مصرية على الشباب الجامعي، التلفزيون وثقافة الشباب، الفديو والتلفزيون ودور الشباب، الفديو والتلفزيون والأطفال، بدأ اهتمام الأطفال بالتلفزيون، غول القرن العشرين، التلفزيون والسلوك العدواني الشيطاني للاطفال، الفديو وإثارة الميول الجنسية لدى الأطفال، التلفزيون يشاركنا في تربية أبنائنا، الأطفال وتقمص الشخصيات، الفديو وتكنولوجيا الضياع، الفديو والتلفزيون وملامح رجال الغد دراسات علمية حول آثار الفديو والتلفزيون على الأطفال، الفديو والتلفزيون وتعليم الإباحية، الآثار الاقتصادية للفديو والتلفزيون، الخطوة الأولى نحو الاستهلاك الإسرافي، الفديو والتلفزيون يحرضان على الإستهلاك، التلفزيون والفديو والديون الخارجية، الفديو بعيون المفكرين، الثقافة بين الفديو والكتاب، الفديو مشكلة أخطر من مشكلة المخدرات، حقائق عن الفديو، الفديو خطر يتسلل بنعومة إلى بيوتنا، القيم الإسلامية بين الفديو والتلفزيون، الدعاية التلفزيونية والقيم الإسلامية، الإعلان التلفزيوني والقيم الوافدة، مواقف أمام

المحنة التلفزيونية، صيحات خطر، تقرير لمجلس الشورى المصري حول التلفزيون والفديو، الدعوة إلى الإقلال من ساعات المشاهدة، الدعوة الى إلغاء التلفزيون والتخلص منه، المخرج حاضراً ومستقبلاً، المخرج حاضراً، المخرج مستقبلاً، رأي العلماء المسلمين في اقتناء التلفزيون، رأي الشيخ عبد الله بن محمد بن حميد، الرئيس العام للإشراف الديني بالمسجد الحرام أثناء الطباعة الأخيرة ، المراجع، الفهرس

١٩-أسس الإخراج الصحفي: دراسة تطبيقية لمجلة المجتمع:عادل عبد الله الفلاح

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة – (رسالة ماجستير).

٢٠-أسس الإعلام في عصر الخلافة الراشدة:عدنان صادق الدبسي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ - (رسالة ماجستير).

٢١-أسس تكامل المبادئ والغايات بين البرامج الدينية والبرامج الأخرى: محمد عبدة يماني

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ بحث غير منشور قدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج.

٢٢-الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي : عبد الوهاب كحيل

(بيروت: عالم الكتب ١٤٠٦)

قائمة المحتويات، المقدمة، الباب الأول: ماهية الإعلام الإسلامي

الفصل الأول: تعريف الإعلام الإسلامي، (تعريف المؤلف)، منهج إسلامي، بأسلوب فني إعلامي، القائم بالإعلام الإسلامي، استخدام وسائل الإعلام الحديثة والمتطورة، جمهور الإعلام الإسلامي، التزام الموضوعية، تحديد الهدف، التأثير وقياس رد الفعل، التعريفات السابقة للإعلام الإسلامي.

الفصل الثاني: أهمية الإعلام الإسلامي ووظائفه، أهمية الإعلام الإسلامي،

وظائف الإعلام الإسلامي، الإقناع بأهمية التجاه الروحاني، الإعلام بالدين الإسلامي (التعليم والتوجيه)، تنظيم حياة البشر على أسس سليمة مستمدة من الإسلام، التعريف بالحياة الأخرى

الباب الثاني: فنون الإعلام الإسلامي.

الفصل الثالث: الخبر الإعلام من منظور إسلامي

تعريف الخبر في الإعلام الإسلامي، الأسس الفنية للخبر في الإعلام الإسلامي

الصدق، الموضوعية، الدقة، الآنية، المرونة، الشمولية.

الفصل الرابع: العلاقات العامة الإسلامية

العلاقات العامة في منظور إسلامي، مقارنة بين العلاقات العامة الإسلامية والعلاقات العامة الحديثة، منهاج العلاقات العامة الإسلامية ووظائفها، غرس المحبة والمودة بين الأفراد داخل المجتمع، تحسين العلاقات والروابط بين الحاكم والمحكوم، تحسين العلاقات والروابط بين المجتمعات وبعضها على المستوى العالمي، الأسس الفنية للعلاقات العامة الإسلامية، الأخلاق الحسنة، الرحمة، المساواة وإلغاء العصبيات، الحلم والعفو والتواضع، العدل والوفاء بالعهد، التشريعات المبينة للحدود والحلال والحرام.

الفصل الخامس: الدعوة في الإعلام الإسلامي

تعريف الدعوة الإسلاميةالفرق بين الدعوة والدعاية، العلاقة بين الدعوة والإعلام، تعريف الدعوة الإسلامية الأسس الفنية للدعوة في الإعلام الإسلامي. إيمان الداعي بدعوته، الحكمة، الموعظة الحسنة، الجدال بالتي هي أحسن، خاتمة، مراجع الكتاب.

٢٣-الأسس النظرية للإقناع : محمد محمد البادي ،

(جدة – المكتبة الفيصلية – ١٤٠٧ هـ)

٢٤-الأسلوب الإعلامي في القرآن الكريم : محمد محمود أحمد سيد ابات الطلابي

مكة المكرمة ١٤١٢

المقدمة: سبب اختيار الموضوع، التمهيد: الأسلوب في اللغة والإصطلاح، معنى الأسلوب الإعلامي في القرآن، أنواع الأسلوب الإعلامي

الباب الأول: الهدى الإعلامي في القرآن الكريم

الفصل الأول: القرآن الكريم من حيث هو مصدر إعلامي(نزول القرآن منجماً حسب الأحداث، الأغراض الإعلامية من التنجيم، مراعاة التوقيت المناسب)

الفصل الثاني: الأسلوب الإعلامي في القرآن الكريم

الدستور الإعلامي في القرآن الكريم، بعض الأساليب الإعلامية في القرآن الكريم، صور من الأساليب الإعلامية العلمية، صور من الأساليب الإعلامية العملية(القدوة الحسنة، العمل، بعض العبادات العملية وآثارها الإعلامية)، الأعداء وأساليبهم الإعلامية (المشركون وأساليبهم الإعلامية، المنافقون وأساليبهم الإعلامية، أهل الكتاب وأساليبهم الإعلامية).

الفصل الثالث: خصائص الأسلوب الإعلامي في القرآن الكريم

الربانية، التوافق وعدم التناقض، الواقعية، شرف القصد

الباب الثاني: نماذج من الأسلوب الإعلامي في القرآن وطرق تاثيره

الفصل الأول: نماذج من الأسلوب الإعلامي في القرآن

أسلوب الخبر، أسلوب القصة، أسلوب المثل، أسلوب الحكم

الفصل الثاني: بعض طرق تأثير القرآن الكريم

ذكر الحقيقة، التوليد، التدرج، التذكير، التكرار، التشويق

الباب الثالث: أهم آثار الأسلوب الإعلامي في القرآن

الفصل الأول: أثره في العقيدة

عناية القرآن بالعقيدة، بعض أساليب القرآن الإعلامية لإقناع الناس بالعقيدة، صور من آثار العقيدة في نفوس الصدر الأول، خيبة أمل في الإعلام الإسلامي المعاصر

الفصل الثاني: أثره في الأخلاق

عناية القرآن بالأخلاق، بعض الجوانب الاخلاقية التي حث القرآن عليها بأساليب متعددة، سبب ضعف الأمة وانقسامها ومسؤولية الإعلام عن ذلك

الفصل الثالث: أثره في المعاملات نظام المعاملات ضرورة إنسانية، عناية القرآن بالمعاملات، الخاتمة، الفهارس .

٢٥-الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام: الشيخ محمد سيد طنطاوي، (٢٠٠١ م)

٢٦-الإشاعة وسلبياتها في المجتمع : علي بن إبراهيم الدرورة

٢٧-سلسلة/ دعوة الحق (١٧٢)، كتاب شهري يصدر عن رابطة العالم الإسلامي السنة الخامسة عشر ربيع الآخر ١٤١٧هـ.

٢٨-إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، د.محيي الدين عبد الحليم

كتاب الأمة ، قطر ط١ ، ١٤١٩ - ١٩٩٨

تقديم بقلم الأستاذ عمر عبيد حسنة

مقدمة

الفصل الأول : الإعلام المعاصر وثورة الاتصال بالجماهير

الاتصال بالجماهير ومعطيات العصر

التنسيق والتكامل بين مختلف الوسائل

الفصل الثاني : الجهاد الإعلامي وتحديات العصر

الإعلام عن الإسلام (الأصول والقواعد والأهداف)

بين الدعوة والدعاية والإعلام

الإسلام والإعلام الدولي

الفصل الثالث : الأصول الفلسفية والعقدية للعمل الإعلامي

الفلسفة الإسلامية في الإعلام والفلسفات المعاصرة

المرجعية الفكرية للنشاط الإعلامي

الفصل الرابع : النظام العالمي وإشكاليات الإعلام الإسلامي المعاصر

الفصل الخامس: المنهج المميز للإعلام الدعوي

الأطر والمعالم الحديثة للعمل الإعلامي في المنظور الإسلامي

الفهرس

٢٩-أصول الإعلام الإسلامي : د. إبراهيم إمام

(القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٥)

الفصل الأول- الدعوة والإعلام والدعاية

الإعلام والتدرج في التشريع، الإسلام الفاتح، الإعلام والجهاد، معنى الإعلام، الإعلام الغربي والموضوعية المزعومة، الإعلام الشيوعي، الإعلام وقيم الإسلام، الدعوة الإسلامية، الدعوة فرض عين وكفاية، الدعاية بين الإسلام والمسيحية، فنون الدعاية وأساليبها، خطورة الإعلان

الفصل الثاني- الإعلام الإسلامي- أهدافه خصائصه.

الإعلام ونشر الثقافة الإسلامية.، حرية الإعلام الإسلامي.، الإعلام الإسلامي والتخطيط العلمي، أصول الإعلام الإسلامي: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، الإعلام الإسلامي والعدل، آداب الإعلام وأخلاقياته، شمول الإعلام الإسلامي، عالمية الإعلام الإسلامي.

الفصل الثالث الإعلام الإسلامي الشفهي: حفظ القرآن في الصدور، لماذا أنزل القرآن منجماً، قراءات القرآن الكريم.

الحضارة السمعية في صدر الإسلام.رواية الخبر وضوابطه، درجات المحدثين وعبقريتهم، مستويات التحمل والآداء، طابع الإعلام الشفهي وحجيته.

الإعلام الخطابي في الإسلام، الإعلام الشعري في الإسلام، الشعر والحرب النفسية، الإعلام القصصي في الإسلام.

الفصل الرابع- الإعلام الإسلامي التدويني

جمع القرآن الكريم: المصحف العثماني، النقط والشكل في المصحف.

الحديث في عهد النبي عليه الصلاة والسلام، تدوين العلوم الإسلامية، ظهور الورق وأثره في الحضارة: انتشار الورق وصناعته، الوراقة والمكتبات.

حضارة الإسلام التدوينية، الدواوين في صدر الإسلام، الدور الإعلامي للرسائل، أثر الإعلام التدويني في قيام الدولة العباسية: ديوان البريد والخبر، معركة التدوين بين المسلمين والروم.

الفصل الخامس- الإعلام المناوئ للإسلام

التسامح الإسلامي والغزو الفكري، المطابع والصحف التبشرية في الشام، صحافة التبشير والاستعمار الفرنسي، المنافسة بين الفرنسيين والأمريكيين، الإعلام الصحفي والتعليم التبشيري: إعداد الصحفيين والمبشرين، عروبة بلا إسلام، الصحافة تكيد للإسلام والدولة العثمانية، الإعلام الصحفي والتغريب.

السلطان عبدالحميد المفترى عليه: الإعلام والقومية الطورانية، التآمر اليهودي ضد السلطان عبد الحميد.

اليهود والإعلام المناوئ للإسلام، اليهود والشيوعية: الجمهوريات الإسلامية الأسيرة، الشيوعية تعادي الإسلام والمسلمين.

الفصل السادس- يقظة الإعلام الإسلامي

دعوة الإمام محمد بن عبدالوهاب، الدعوة السلفية في الهند، الحركة السنوسية في شمال إفريقية، دعوة الإمام الشوكاني.

الأفغاني والإعلام الصحفي: العروة الوثقى بين الأفغاني ومحمد عبده، أهداف العروة الوثقى وسياستها.

صحيفة ثمرات الفنون، جهود محمد عبده الإصلاحية، محمد رشيد رضا ومجلة المنار، جريدة المؤيد وعبد الرحمن الكواكبي، أم القرى وعلاج مشاكل المسلمين.

أمير البيان شكيب أرسلان:حاضر العالم الإسلامي، شكيب أرسلان مجاهداً إسلامياً.

فريد وجدي صحفياً وعالماً، الرد على المستشرقين والحاقدين، الرد على الدهرين والحركات الهدامة، دفاع الشيخ محمد عبده عن الإسلام، الدعوة السلفية في آسيا وأفريقيا.

الفصل السابع- الإعلام الإسلامي وصراع القيم

القاديانية والأحمدية، البابية والبهائية، الإسلام وأصول الحكم، الإعلام المعادي للإسلام، اتجاهات الإعلام الإسلامي، التوحيد والفكر الإسلامي، دعائم النظم الإسلامية:(قيام النظم الإسلامية على الألوهية والتوحيد، رسالة الإسلام، الخلافة دعامة إسلامية، الحرية وحقوق الإنسان في الإسلام، المساواة في الإسلام).

الفصل الثامن- أصالة الشورى في الإسلام

أصالة الشورى في الإسلام، أهل الشورى في صدر الإسلام، الشورى في السنة القولية والفعلية، صفات أهل الشورى، طرق اختيار أهل الشورى، نطاق موضوعات الشورى، هل الشورى واجبة أم مندوبة، مدى الالتزام بنتيجة الشورى، السياسة الشورية للخلفاء الراشدين، الاتجاهات المعاصرة في مدى الالتزام بالشورى، الإسلام نظامه الفريد في الشورى.

الفصل التاسع - أثر العقيدة في تكوين الرأي العام

الرأي العام في الحضارات القديمة والوسطى، أثر العوامل الاقتصادية في تكوين الرأي العام، الرأي العام في العصور الحديثة، تكوين الرأي العام في المجتمعات الرأسمالية، تكوين الرأي العام في المجتمعات الشيوعية، تكوين الرأي العام في الجماعة الإسلامية، أثر المعتقدات في تكوين الراي العام، أثر المسجد في تكوين الرأي العام، دور العلماء في تكوين الرأي العام، دور المؤسسات التربوية في تكوين الرأي العام، أثر الإعلام والاحداث في تكوين الرأي العام، الرأي العام في الإسلام.

الفصل العاشر-الإعلام والنموذج الإسلامي للتنمية

النموذج الغربي للتنمية، القروض ونماذج التنمية المستوردة، أثر العقائد والأخلاق في التنمية، النموذج الإسلامي للتنمية، انتهاز أزمة الجوع للهيمنة الإعلامية، الإسلام وتنمية النفس البشرية: (أسمى نماذج التنمية، مقومات النموذج الإسلامي للتنمية، الإسلام والتنمية الزراعية، التنمية الصناعية في المجتمعات

الإسلامية، دور الزكاة في التنمية) .

٣٠-أصول الإعلام الإسلامي وأسسه: دراسة تحليلية لنصوص الأخبار في سورة الأنعام، سيد محمد ساداتي الشقنيطي

الرياض: دار عالم الكتب، ١٤٠٦هـ، ٢جـ (٣٠٢ص) - (دراسات في الإعلام الإسلامي والرأي العام، ٢).

٣١-أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته : إبراهيم محمد سرسيق

(مكة المكرمة: مطبوعات نادي مكة الثقافي الأدبي)

بين يدي البحث : الباب الأول:

الفصل الأول: أهمية الإعلام في العصر الحديث

تأثير وسائل الإعلام في هذا العصر، الإعلام والثقافة، الإعلام والتخصص العلمي، الإعلام وخطط التنمية، الإعلام والحملات الإعلانية.

الفصل الثاني: الخصائص العلمية لأجهزة الاتصال الحديثة

رسم تخطيطي لوسائط الإعلام، وسائل الإعلام المقروءة: مميزاتها العلمية،وسائل الإعلام السمعية: التحليل العلمي للاتصال(الاذاعي: الاتجاه الرأسي، الاتجاه الأفقي، الخطبة ومشتقاتها: الإثارة، المشافهة، الإقناع، الجمهور، الشعر)، وسائل بصرية، الوسائل السمعية البصرية، الوسائل الشفهية.

الفصل الثالث: جمهور وسائل الإعلام ونوعياته ورغباته

أهمية الدراسة العلمية لجماهير الاتصال(جمهور الأطفال، جمهور المراهقين، جمهور الشباب، جمهور النساء، جمهور الشيوخ).

الفصل الرابع: خصائص الرسالة الإعلامية الناجحة

ما المقصود بالرسالة الإعلامية؟، الخصائص الإعلامية للرسالة الناجحة

الباب الثاني:

الفصل الأول: مشروعية الإعلام في الإسلام

الفصل الثاني: بين الإعلام والدعوة، طرق التأثير الإعلامي

الفصل الثالث: الإسلام بين الدعاية والإعلان

الفصل الرابع: الخصائص العامة للإعلام الإسلامي

صدق المحتوى أو المضمون، شرف الغاية والمقصد، قوة الرصد والتوجيه والمتابعة، سلامة الوسيلة أو الواسطة الفصل الخامس: أدوات التأثير الإعلامي : الأذان، الخطبة، الرسالة المكتوبة، الاتصال الشفهي، القدوة الحسنة.

الفصل السادس: موقف الإسلام من الثقافة الجماهيرية

ثورة على الإعلام الرخيص الزائف، مزيد من التعرف بالثقافة الجماهيرية، مكمن الخطر في الإعلام الجماهيري (الإعلام الجماهيري لا يعبر عن الجماهير)، دور الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام الجماهيري توصيات في مجال الإعلام الإسلامي ، أهم المراجع، محتويات الكتاب

٣٢-أضواء على الإعلام في صدر الإسلام : محمد عجاج الخطيب

بيروت: مؤسسة الرسالة (١٤٠٥)

مقدمة

الباب الأول: حقائق الإعلام في صدر الإسلام

الفصل الأول: خصائص الإعلام الإسلامي ودوافعه

عقيدي مسلكي، واجب على المسلم، حسبة لله، موضوعي، موثق، منهجي،

شامل، عام للمسلمين، منظم، اعتماده على الوسائل المشروعة، تنوع أساليبه ووسائله.

الفصل الثاني: دعائم الإعلام زمن الرسول ووسائله

نشاط الرسول ﷺ، المؤمنون ونشاطهم، نشاط أمهات المؤمنين، نشاط الصحابيات، دار الإسلام، البيت العتيق، أسواق العرب، مواسم العرب، اول وفد إعلامي للمسلمين خارج الجزيرة، رسل النجاشي، بإسلامه وإسلام قومه إلى الرسول، الإسراء والمعراج، المسجد. الأذان، الصلوات، صلاة الجمعة، مجالس الرسول صلى اللـه عليه وسلم. مصلى العيد، الوفود الداخلية، صلح الحديبية، رسله وبعوثه وولاته، وكتبه، بعض كتبه صلى اللـه عليه وسلم، كتابه إلى هرقل عظيم الروم، كتاب الرسول إلى المنذر بن ساوي، كتاب الرسول إلى ملكي عمان. عمرة القضاء، فتح مكة، حج أبي بكر رضي اللـه عنه بالناس، الوفود والبحوث بعد فتح مكة، حجة الوداع.

الفصل الثالث: مراكز الإعلام في صدر الإسلام

المدينة المنورة، مكة المكرمة، الكوفة، البصرة، الشام، مصر، المغرب والأندلس، اليمن، جرجان، قزوين، خراسان، الرحلة في طلب العلم وأثرها في الاتصال.

الباب الثاني: الإعلام والوضع

الفصل الأول: ظاهرة الوضع وأسبابها

تمهيد التعريف بالوضع، ابتداء الوضع، اسباب الوضع، الأحزاب السياسية(أثر الشيعة وخصومهم في وضع الحديث، الخوارج ووضع الحديث، أعداء الإسلام، التفرقة العنصرية والتعصب للقبيلة والبلد والإمام، القصاصون، الرغبة في الخير مع الجهل بالدين، الخلافات المذهبية والكلامية، التقرب من الحكام وأسباب أخرى)، حكم الوضع، وحكم رواية الموضوع.

الفصل الثاني: جهود العلماء قي مقاومة الوضع

التزام الاسناد، مضاعفة النشاط العلمي، تتبع الكـذبة، بيان أحوال الـرواة، وضع قواعد لمعرفة الموضوع من الحديث.

الفصل الثالث: تفنيد بعض الشبهات وتصحيح بعض المفاهيم

بين يدي الفصل، بين التبشير والدعوة أو الدعاية، لم يكن الإسلام ثورة بالمعنى السائد، هل استغلت الدولة في صدر الإسلام الحديث النبوي في دعايتها السياسية؟، هل اشترى أولو الأمر ضمائر الفقهاء واستعبدوهم؟: (صلة الزهري بالأمويين، استحالة ما ادعاه اليعقوبي وجولدتسهير تاريخياً، صدر الإسلام، وبينه وبين زمن بعضها نحو قرنين من الزمان).

القصاصون بين الواقع والخيال(حقيقة القصاصين، الغلو في القصاصين، مواقف العلماء وأولي الأمر من القصاص، خلاصة القـول في القصاص، شتان بين القـاص ووزيـر العدل والإعلام، هل أسند القضاء والقصص إلى أحد في الإسلام؟ هل لبس القصص على المسلمين أمر دينهم وشوه تاريخهم؟

الخاتمة، فهرس المصادر والمراجع، فهرس الموضوعات

٣٣-الإعلام الإسلامي:عبد العزيز صقر

القاهرة: دار الأنصار.

٣٤-الإعلام الإسلامي : محمد قطب

دار ابن حزم ط٢ ، ١٤٠٩ – ٢٠٠٣ سلسلة نحو إعلام إسلامي هادف

٣٥-الإعلام الإسلامي : الأهداف والوظائف : سيد محمد ساداتي الشنقيطي

الرياض : دار عالم الكتب ١٤١١

بين يدي الكتاب، مقدمة،تمهيد

الفصل الأول : أهداف الإعلام الإسلامي

الفصل الثاني : الوظائف

الخبر لغة(الإخبار عن الغيب، الإخبار عن الحاضر)،

الوظيفة التعليمية والتثقيفية،

الوظيفة الاجتماعية، النقد القويم، الدعوة الى وحدة الأمة وتعاونها،

الوظيفة الإنسانية، الخاتمة، فهرس الكتاب

٣٦-الإعلام الإسلامي ، ببليوجرافيا الكتب والرسائل والبحوث الجامعية : محمد خير يوسف

(الرياض: دار طويق للنشر والتوزيع١٤١٤)

الإعلام الإسلامي: تعريفه، أهدافه، غايته، خصائصه، تاريخ الكتابة في الإعلام الإسلامي، توضيحات حول الدليل

القسم الأول: الكتب

القسم الثاني: الرسائل والبحوث الجامعية

الكشاف الهجائي لموضوعات الدليل "رؤوس الموضوعات"، كشاف السلاسل، كشاف المؤلفين.

٣٧-الإعلام الإسلامي التحديات والمواجهة : ماجي الحلواني

جدة: مكتبة مصباح (١٤١١)

قائمة المحتويات

مقدمة

الفصل الأول التضامن الإسلامي من خلال الأقمار الصناعية

بداية فكرة التضامن الإسلامي، ميثاق المؤتمر الإسلامي، مرتكزات السياسة الإعلامية في المجال الديني إذاعة القرآن الكريم بجمهورية مصر العربية، الإذاعة الدينية بالمملكة العربية السعودية، أهمية تواجد إذاعة دينية موحدة.

الفصل الثاني : أهمية الاتصالات الفضائية ودورها في التوجه للمناطق المستهدفة من العالم الإسلامي

أهمية الاتصالات الفضائية، المناطق المستهدفة من القمر الصناعي الإسلامي، العالم العربي، دول إسلامية غير ناطقة باللغة العربية، الأقليات المسلمة في الدول غير الإسلامية، دول غير إسلامية، الصورة الذهنية(النمطية) المعالجة المشوهة لقضايا العالم الإسلامي، تعدد الرسائل الدعائية الدولية الموجهة إلى العالم الإسلامي، تصدير المادة الدعائية الأجنبية إلى العالم الإسلامي تحديات الدعاية الصهيونية، تحديات الدعاية التنصيرية للعالم الإسلامي، التعتيم على الدور الإسلامي في النظام الدولي.

الفصل الثالث : الجماهير المستهدفة

المرأة، الطفل، نظرة الإسلام على الطفل، دور الأسرة في تربية الطفل، تنشئة الطفل الاجتماعية، حقوق الطفل في الإسلام، أهداف تربية الطفل في الإسلام.

الفصل الرابع: اللغات المستخدمة من خلال القمر الصناعي

اللغة العربية المقترح استخدامها، اللغات الموجهة لقارة آسيا، اللغات الموجهة لقارة إفريقيا، اللغات الموجهة لقارة أوربا، اللغات الموجهة للأمريكيتين

الخاتمة، المصادر

٣٨-الإعلام الإسلامي رسالة وهدف: سمير بن جميل راضي

١٤١٧هـ ١٩٩٦ ، ١٣٧ صفحة.

٣٩-الإعلام الإسلامي عند أبي الأعلى المودودي: فاروق عبد الغني الصاوي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٢هـ - (رسالة ماجستير)

٤٠-الإعلام الإسلامي في التلفزيون العراقي: د. هاشم أحمد نغميش

جامعة بغداد ٢٠٠١ ، رسالة ماجستير

المحتويات

المبحث الأول: خصائص ومؤهلات العاملين في تلفزيون العراق .

أولاً: الهيئة الاستشارية المشكلة في دائرة الإذاعة والتلفزيون .

ثانياً: رئاسة إدارة البرامج الدينية في تلفزيون العراق .

ثالثاً: العاملون في إعداد وتقديم وإخراج البرامج الدينية .

المبحث الثاني: مضامين البرامج الإسلامية في تلفزيون العراق

أولاً: أسلوب عرض البرامج الإسلامية

ثانياً: فترات عرض البرامج الإسلامية

ثالثاً: مواعيد عرض الربامج الإسلامية .

رابعاً: موضوعات البرامج الإسلامية .

خامساً : مصادر البرامج الإسلامية .

سادساً: نوع البث الذي تعرض به البرامج الإسلامية.

سابعاً: الوظيفة التي تؤديها البرامج الإسلامية

نتائج البحث .توصيات البحث . مراجع البحث .

ملاحق البحث

٤١-الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية: سليم عبد الله سليمان حجازي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ (رسالة ماجستير)

٤٢-الإعلام الإسلامي في العهد الاموي: زكي رمضان الفرحان

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ - (رسالة ماجستير)

٤٣-الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية : عبد القادر طاش

ط٢/ ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٤م ، ٧٣ صفحة.

٤٤-الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: عبدالله قاسم الوشلي ،

دار عمار ، اليمن ط٢ ، ١٤١٤ – ١٩٩٣ .

٤٥-الإعلام الإسلامي في الميزان : د. سعيد إسماعيل صيني

٤٦-الإعلام الإسلامي الواقع والطموح ، بحوث وأوراق عمل لعدة مؤلفين ، تقديم د.مثنى حارث الضاري ، تمهيد ومراجعة طـه أحمد الـزيـدي

إصدارت مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي ،دار الفجر للطباعة والنشر -العراق ، دار النفائس للنشر والتوزيع- الأردن ، ط١ ، ١٤٢٧هـ-٢٠٠٧ م

مقدمة: د.مثنى حارث الضاري

تمهيد:طه أحمد الزيدي

القسم الأول :البحوث

البحث الأول:نحو إعلام إسلامي هادف:أعده طه أحمد حميد

المبحث الأول:الإعلام الإسلامي

أهميته وتعريفه وحكمه وخصائصه وعناصره

أهمية الإعلام الإسلامي

التعريف والحكم الشرعي

الإعلام الديني والإعلام الإسلامي

حكم الإعلام الإسلامي

خصائص الإعلام الإسلامي

إعلام عقائدي ملتزم وله رسالة -إعلام علني وجريء - إعلام منصف ومتزن - إعلام واقعي وتنموي - إعلام شمولي وعام - إعلام علمي متطور - إعلام اتصالي - -إعلام إيجابي وبناء . عناصر العملية الإعلامية

الرسالة الإعلامية – المرسل – المستقبل -الوسيلة الإعلامية -الاستجابة للرسالة الإعلامية

المبحث الثاني:شخصية الإعلامي الإسلامي

شخصية ربانية - شخصية خلقية -الشخصية العلمية -شخصية مهنية

المبحث الثالث بعض الضوابط الشرعية في الإعلام الإسلامي

١-الموقف من المعلومات

٢-الموقف من تجريح الآخرين

دوافع الشائعة وأنواعها

مقاومة الشائعات في المنهج الإسلامي

الأصولية – الإرهاب - سقوط النظام

المبحث الرابع:تفعيل الإعلام الإسلامي في العراق

١-إعلام خارجي

٢-إعلام داخلي

الرصد والمتابعة

التدريب والتطوير المهني والعلمي

نتائج البحث وتوصياته

١-تحديد عينة البحث:

٢-وحدات التحليل:

٣-فئات التحليل:

٤-أداة التحليل(استمارة تحليل المواد التلفزيونية):

٥-صدق التحليل:

٦-ثبات التحليل

الفصل الثاني:الإطار النظري للبحث

أولاً: تعريف الدعوة الإسلامية

ثانياً:القنوات الفضائية

الفصل الثالث:الإطار الميداني للبحث

أولاً:الشكل الفني أو نوع البرنامج

ثانياً:الأنماط الاتصالية المتحققة في المواد المعروضة في قناة ((اقرأ)) الفضائية

ثالثاً:نوع الجمهور المستهدف

رابعاً:نوع البث(حي-تسجيل)

خامساً:نوع المادة من حيث العرض

سادساً:نوع اللغة المستخدمة

نتـــائج البحث.

توصيات البحث.

مراجع البحث.

البحث الثاني: الإعلام الإسلامي وقضايا الأمة:أعده:عبد الهادي الزيدي.

الفضائيات العربية نظرة أولى

القنوات العربية غير الحكومية

التحديات أمام الفضائيات العربية

السياسة الإعلامية الإسلامية ضرورة

نحو فضائية إسلامية شاملة

الخاتمة

المصادر

البحث الثالث:التخطيط العلمي للإعلام الإسلامي:فاروق ناجي محمود.

المقدمة.

الإعلام والتربية:

المستويات

المثلث التربوي:

استخدام أدوات التخطيط

أولاً:المستوى الأول:وهو مستوى الغاية العامة.

تبني العلوم التربوية طرق عرض المحتوى على القواعد التالية:

ثانياً:المستوى الثاني:وهو مستوى الوحدة الإعلامية الواحدة.

ثالثاً:المستوى الثالث:وهو مستوى البرنامج أو الباب في مجلة

رابعاً:المستوى الرابع:وهو مستوى الحلقة من البرنامج أو مقالة

خلاصة البحث

البحث الرابع:أضواء على صورة المرأة في الإعلام:نجاة عبد الجبار

المقدمة

فهل يحرم الإسلام مشاهدة التلفزيون؟

صورة المرأة في الإعلام:

صور المرأة في الدراما

حلول ومعالجات

خاتمة

المصدر

البحث الخامس: الإعلام الإسلامي: خصائصة رسالته حريته: أعده: أ.د.وليد غفوري البدري

مقدمة

المبحث الأول:خصائص الإعلام الإسلامي

أهداف الإعلام الإسلامي:

وسائل الإعلام الإسلامي:

مقومات الإعلام الإسلامي:

المبحث الثاني:رسالة الإعلام الإسلامي

إننا نواجه من اعداء الإسلام سلاحين هما:

المبحث الثالث: حرية الإعلام الإسلامي

المطلب الأول:ظاهرة ضعف الإعلاميين باللغة العربية

المسألة الأولى:تحديد الظاهرة

المسألة الثانية:انتشار الظاهرة

المسألة الثالثة:علاج الظاهرة

المطلب الثاني:لغة الإعلام في زمن العولمة

المسألة الأولى:قراءة في كتاب

المسألة الثانية:الدعوة إلى العامية

المسألة الثالثة:مصطلح(اللغة الثالثة)

المسألة الرابعة:لغة السلم والحرب

المطلب الثالث:الاستعمالات اللغوية الإعلامية

المسألة الأولى: أثر تلقي اللغة وسماعها

المسألة الثانية:دلالة اللغة

المسألة الثالثة:سلامة اللغة ضرورة لا غنى عنها

المطلب الرابع:من الأخطاء اللغوية عند الإعلاميين

المقترحات

البحث التاسع: الإعلام الجديد:عماد الدين القيسي

ماهو الإعلام الجديد؟

الكلام المزدوج **Double Speak**

نسوق هنا بعض الأمثلة السياسية على الكلام المزدوج

تحسبات إعلامية

البحث الثاني عشر :الفضائيات ما لها وما عليها:علاء صالح الجبوري

مقدمة

خصائص الفضائيات:

الفضائيات العربية- البداية والانتشار:

الفضائيات والأسرة:

الفضائيات والعولمة:

الفضائيات مفترق طرق:

الفضائيات والدعوة:

كيف نتعامل مع الفضائيات:

فضائية إسلامية عراقية:

الفهارس

٤٧-الإعلام الإسلامي وتنمية المجتمعات الإسلامية: محمد عبد العزيز علي الشيخ، إشراف علي عبد الحليم محمود

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ، ٣٣٨ ورقة – (رسالة ماجستير)

٤٨-الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي ، مرعي مدكور

القاهرة ، دار الصحوة ١٩٨٨ .

٤٩-الإعلام الإسلامي ودوره في إبطال الدعاة لتحديد النسل: (نقد إعلامي لفكر مالتس): مصطفى محمد سعد

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ (رسالة ماجستير).

٥٠-الإعلام الإسلامي ودوره في كشف التآمر الصليبي على العرب والمسلمين : مصطفى خميس هذال،

الجامعة الإسلامية- بغداد عام ٢٠٠٣م رسالة ماجستير بإشراف الدكتور هاشم أحمد نغيمش

الفصل الأول الاتصال والإعلام الإسلامي

أولاً تعريف الاتصال لغة واصطلاحاً

ثانياً تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

ثالثاً أشكال الاتصال وعناصره

رابعاً أهمية الإعلام الإسلامي

خامساً سمات الإعلام الإسلامي

سادساً مقومات الإعلام الإسلامي

الفصل الثاني الإعلام الغربي والإسلام

أولاً صورة الإسلام والمسلمين في الغرب من خلال وسائل الإعلام

ثانياً أساليب الإعلام المعادي للإسلام في الكيد للإسلام والمسلمين

ثالثاً وسائل مقاومة الإعلام الغربي والصهيوني

الخاتمة

المصادر والمراجع

٥١-الإعلام الإسلامي ومتغيرات العصر/ محمد بن عبد الله بن صالح السلامة

١٤٢٢هـ/ ٢٠٠٣م ، ط١/ ١٨٥ صفحة ،سلسلة المدى للدراسات الإعلامية.

٥٢-الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية : مرعي مدكور

(القاهرة: دار المعارف ١٩٨٥)

مقدمة، الباب الأول: الإعلام الإسلامي الطباعي: التطور والأهداف والمنهج

الفصل الأول: الإعلام الإسلامي الطباعي وتطوره

تطور الإعلام الإسلامي الطباعي، الإعلام الإسلامي الطباعي في البلاد غير الإسلامية.

الفصل الثاني: أهداف الإعلام الإسلامي ومنهجه في الدعوة

عالمية الدعوة الإسلامية، أهداف الإعلام الإسلامي، منهج الإعلام الإسلامي في الدعوة، الباب الثاني: تحديات الإعلام الإسلامي في البلاد غير الإسلامية في إفريقيا.

الفصل الثالث: معوقات الاتصال وصعوبة تغيير الاتجاهات

الاحتكار في مجال الإعلام الدولي، التعدد اللغوي وصعوبة تغيير الاتجاهات.

الفصل الرابع: الجوع وتغيير الاتجاهات في إفريقيا

الجوع في إفريقيا، الجهود المشبوهة لتغيير الاتجاهات في إفريقيا

الفصل الخامس: الغزو الفكري والتصورات غير الصحيحة عن الإسلام

مقاومة الإسلام بإشاعة التصورات غير الصحيحة عنه ، التبشير ودعاوى

الاستشراق،

الباب الثالث: الاتصال في مجال الإعلام الإسلامي في الخارج.

الفصل السادس: القائم بالاتصال في مجال الإعلام الإسلامي الطباعي

القائم بالاتصال ودوره في مجال الإعلام الإسلامي، الاتصال الإسلامي في البلاد غير الإسلامية.

الفصل السابع: الاتصال في إطار المنظمات والجامعات الإسلامية

الاتصال في إطار المنظمات والهيئات الإسلامية، الجامعات الإسلامية ودورها في الإعلام الإسلامي في البلاد غير الإسلامية، الاتصال الإسلامي بين الإعلام والمشاركة،

الباب الرابع: دراسة تطبيقية حول الإعلام الإسلامي في اثيوبيا.

الفصل الثامن: الاتصال الإسلامي بأثيوبيا عبر التاريخ

مدخل إلى إفريقيا، الاتصال الإسلامي بأثيوبيا، الإسلام في الحبشة منذ العهد الإسلامي الأول.

الفصل التاسع: الإسلام في اثيوبيا في الوقت الحاضر، المسلمون في اثيوبيا وصراع الأجناس، اللغات في اثيوبيا وأثرها في تشكيل السكان، أريتيريا والكفاح المسلح من اجل الاستقلال،

الفصل العاشر: الإعلام الإسلامي في اثيوبيا، الإعلام الإسلامي الطباعي المعاصر في اثيوبيا، الإعلام الإسلامي الطباعي في أرتيريا، الخاتمة،

٥٣-الإعلام الإسلامي :المبادئ- النظرية- التطبيق : أ.د محمد منير حجاب

دار الفجر للنشر والتوزيع- القاهرة الطبعة الثانية ٢٠٠٣

مقدمة:

القسم الأول:مبادئ الإعلام الإسلامي

فاتحة،حدود الإعلام الإسلامي وخصائصه،مبادئ الإعلام الإسلامي،تمهيد،

المبدأ الأول: الطاقات والقدرات الأساسية،

المبدأ الثاني: الإيجابية البنائية،

المبدأ الثالث:التوازن الإعلامي،

المبدأ الرابع: المقدرة الاختيارية،

المبدأ الخامس: المسؤولية الذاتية،

المبدأ السادس: الصدق الذاتي،

المبدأ السابع: الذاتية الإعلامية،

المبدأ الثامن:وحدة الإرسال والاستقبال الإعلامي،

المبدأ التاسع: الإحاطة بالظرف الاتصالي،

المبدأ العاشر: التكامل الوجداني ،

المبدأ الحادي عشر: البعد الغيبي،

المبدأ الثاني عشر: الدعوة بالمثل،

المبدأ الثالث عشر: الوحدة الموضوعية،

المبدأ الرابع عشر: التجرد،

المبدأ الخامس عشر: الرؤية المستقبلية،

المبدأ السادس عشر: المنطلق الأخلاقي،

المبدأ السابع عشر: الحركة الوجدانية،

عناصر نموذج الاتصال الذاتي الإسلامي، المنبهات وأنواعها، المنبهات الداخلية، المنبهات الخارجية، المنبهات الطبيعية، المنبهات الاجتماعية، المنبهات التنظيمية، المنبهات المعنوية، اجهزة استقبال المنبهات، الإدراك، التفكير، الاستجابة وردع الصدى، مراجع الباب الرابع

الباب الخامس: النموذج الثالث للاتصال الإسلامي

نموذج الاتصال بين فردين، طبيعة النموذج وعناصره

الفصل الأول : الداعية وأهدافه: تعريف الداعية، أهداف الداعية، معنى الأهداف، تحديد الأولويات، اعتبارات أساسية، تحديد الأهداف

الفصل الثاني: المركز الاجتماعي للداعية

أهمية المركز الاجتماعي، المكانة الاجتماعية، أسباب تأثير المركز الاجتماعي، مركز القائم بالاتصال في النظرية الإعلامية الإسلامية

الفصل الثالث : اتجاهات الداعية:

معنى الاتجاه، الاتجاه نحو النفس، الاتجاه نحو الموضوع، الاتجاه نحو الجمهور

الفصل الرابع : مستوى معرفة الداعية وثقافته العامة

مستوى معرفة الداعية عن نفسه، مستوى معرفة الداعية عن الموضوع، مستوى معرفة الداعية عن الجمهور، مستوى معرفة الداعية عن الظروف المحيطة، مستوى معرفة الداعية عن الظرف الاتصالي، ثقافة الداعية، الثقافة الإسلامية، الثقافة التاريخية، الثقافة الأدبية واللغوية، الثقافة الإنسانية، الثقافة الإعلامية، الثقافة العلمية، الثقافة الميدانية العملية

الفصل الخامس: صفات القائم بالاتصال''الداعية'

أهمية البناء الأخلاقي، نظرية القدوة الحسنة، نظرية الطاقات والقدرات الأساسية،

الصفات الإقناعية، الصفات الخارجية''البدنية''، الصفات النفسية، الصفات الجماعية، الصفات التنظيمية

الفصل السادس: الداعية والانتقاء الإعلامي''حارس البوابة''

معنى حارس البوابة، الأسس العلمية للانتقاء الإعلامي في النظرية الإعلامية الإسلامية.

القسم الثالث:العروة الوثقى: دراسة لمقومات نجاح الصحافة الإعلامية، العروة الوثقى، تمهيد

الفصل الأول: ظروف العصر: نشأة العروة الوثقى، أهدافها، أهداف الدراسة.

الفصل الثاني: دراسة تحليلية لمضمون العروة الوثقى: مقاومة الاستعمار الغربي، الدعوة إلى الجهاد، أسباب تخلف المسلمين، الوحدة السياسية.

الفصل الثالث: مقومات نجاح العروة الوثقى: وضوح الهدف، مركز الأفغاني، اتجاهات الإفغاني، ثقافة الإفغاني، صفات الإفغاني، مقدرة الإفغاني على الاتصال بالجمهور، العروة الوثقى والصحف الأخرى.

الفصل الرابع : مقومات نجاح الصحافة الإسلامية: المراجع

٥٤-الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية : د. إبراهيم إمام

(القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨٠)

مقدمة

الفصل الأول: الإعلام الإسلامي فريضة

الإعلام فريضة إسلامية، الإسلام دين إعلامي، الجهاد وحرية الإعلام، الإعلام بين القومية والعالمية، أمة الإسلام أمة الإعلام،الإعلام فرض عين وفرض كفاية.

الفصل الثاني : نظرية الإعلام الإسلامي

الدعاية والإسلام، مفهوم الإعلام، الاتصال الذاتي، الاتصال الشخصي، الاتصال الإعلامي، الاتصال الجماهيري، الإعلام الإسلامي، الاتصال الحضاري، الاتصال الإنساني، نظرية الإعلام الإسلامي.

الفصل الثالث: الاتصال الشفهي وتنظيماته

الاتصال الشخصي في الإعلام الإسلامي، مميزات الاتصال الشخصي، الإقناع وجماهير الإعلام الإسلامي، الإعلام الشفهي تراث إسلامي، القراء طليعة الإعلام الإسلامي، تنظيمات الإعلام العباسي، تنظيمات الإعلام الفاطمي، الدور الإعلامي للمسجد، دور التجار في الإعلام الإسلامي، الاتصال الجمعي في الإسلام.

الفصل الرابع: الإعلام الشعري

الإسلام والشعر، الحرب النفسية والشعر، شعراء الزبيريين، شعراء الخوارج، شعراء المذاهب الأخرى، شعراء الشيعة، شعراء الامويين، شعراء العباسيين، الإعلام الشعري.

الفصل الخامس: الإعلام الخطابي

القرآن والخطابة، من الخطابة إلى المناظرة، خطباء الخوارج والشيعة، خطباء الأمويين، خطباء المنابر، خطباء المحافل، الخطابة والبلاغة، البلاغة والإعلام، نظرية الجاحظ في الإعلام، تقاليد الخطابة.

الفصل السادس: الإعلام القصصي.

القصص العربي، القصص الإسلامي، رواد القصص، الأخباريون، القصص الجدلي، الإعلام القصصي، القصص الديني، العلماء والقصص، قصص العامة، القصاص المذكرون، القصص الصوفي، القصص الوعظي.

٥٥-الإعلام الإسلامي بين النظرية والتطبيق ، دراسة إعلامية دينية سياسية : محمد علي العويني

(أبو ظبي:- ١٤٠٣)

تصدير، مقدمة: تصميم البحث

الباب الأول: الوضعية السياسية والتنموية التي يعكسها الإعلام الإسلامي الدولي

الفصل الأول: دور العالم الإسلامي في النظام العالمي، العالم الإسلامي في إطار السوابق التاريخية، النظام الدولي بعد الحرب العالمية الثانية، العالم الإسلامي والنظام الدولي،

الفصل الثاني: دور وسائل الإعلام في تنمية العالم الإسلامي، التنمية الشاملة في دور العالم الإسلامي، العالم الإسلامي في مواجهة وسائل الإعلام، دور وسائل الإعلام في تنمية العالم الإسلامي،

الباب الثاني: الدعاية الدولية المضادة للإسلام

الفصل الأول: المؤامرات الدولية ضد الإسلام

الفصل الثاني: الدعاية التبشيرية الدولية المضادة للإسلام، المؤامرات التبشيرية ضد الإسلام، الدعاية التبشيرية الدولية المضادة للإسلام، الفصل الثالث: الصور النمطية الإسلامية في الخارج، هوة إعلامية بين المسلمين والغرب، صورة الإسلام في الخارج

الفصل الرابع: المرتكزات الدعائية المضادة للإسلام

الباب الثالث: الإعلام الإسلامي الدولي بين القوة الذاتية والقوة التي يعكسها

الفصل الأول: الإسلام في الدول الشيوعية

الفصل الثاني: الإسلام في آسيا غير العربية

الفصل الأول: القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي الدولي

الفصل الثاني: مضمون الرسالة الإعلامية الإسلامية الدولية، الإعجاز في النصوص القرآنية، التناقض في النصوص غير القرآنية

القرآن في مواجهة الدعاية المضادة، صحة النصوص القرآنية، الإعجاز الإعلامي للقرآن، الإسلام في مواجهة الإلحاد، الله الواحد.. أم الثالوث.. الآلهة، المرتكزات الإعلامية الإسلامية، إيجابيات الإسلام واحتياجات البشرية، إنسانية الإسلام

الفصل الثالث: وسائل الاتصال في الإعلام الإسلامي الدولي

الفصل الرابع: مستقبل الرسالة الإعلامية الإسلامية الدولية، الهندوسية، الجينية، البوذية

الفصل الخامس: فاعلية الرسالة الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل السادس: وسائل الإعلام الإسلامي والمجتمع

الباب السابع: تخطيط وتنفيذ ومتابعة البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الأول: الإطار النظري للتخطيط

الفصل الثاني : تخطيط البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية، عناصر الخطة التفصيلية

الفصل الثالث: تنفيذ البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الرابع: متابعة البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية

بحوث قياس الرأي العام والاتجاه نحو الراديو، بحوث تحليل المضمون

الباب الثامن: الإعلام الإسلامي في الاطار الدولي

الفصل الأول: الإعلام الإسلامي في اطار السياسة الخارجية الإسلامية

الفصل الثاني: الإعلام الإسلامي الدولي في إطار التنظيم الدولي الإسلامي، رابطة العالم الإسلامي، الأمانة العامة للمجلس الأعلى العالمي للمساجد، مجلس المجمع الفقهي الإسلامي، لجنة التنسيق العليا للمنظمات الإسلامية في العالم والمجالس الإسلامية، المؤتمرات الإسلامية التي عقدت في إطار الرابطة، الفصل الثالث: الإعلام الإسلامي الدولي في إطار التفاهم الدولي، خاتمة، المراجع.

٥٦-الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق (دراسة إعلامية دينية سياسية): د. محمد علي العويني ،

أبو ظبي ، دار الكتاب الجامعي ١٩٩٩ .

مقدمة

الباب الأول: الوضعية السياسية والتنموية التي يعكسها الإعلام الإسلامي الدولي

الفصل الأول: دور العالم الإسلامي في النظام العالمي

الفصل الثاني : دور وسائل الإعلام في تنمية العالم الإسلامي

الباب الثاني: الدعاية الدولية المضادة للإسلام

الفصل الأول: المؤمرات الدولية ضد الإسلام

الفصل الثاني : الدعاية التبشيرية الدولية المضادة للإسلام

الفصل الثالث: الصور النمطية الإسلامية في الخارج

الفصل الرابع: المرتكزات الدعائية المضادة للإسلام

الباب الثالث : الإعلام الإسلامي الدولي بين القوة الذاتية والقوة التي يعكسها

الفصل الأول : الإسلام في الدول الشيوعية

الفصل الثاني : الإسلام في آسيا غير العربية

الفصل الثالث:الإسلام في شرق أوروبا

الفصل الرابع : الإسلام في غرب أوروبا

الفصل الخامس : الإسلام في العالم الجديد

الفصل السادس : الإسلام في إفريقيا

الباب الرابع: دراسة لحالات من الإعلام الإسلامي الدولي

الفصل الأول : النظام الإعلامي الدولي في مواجهة العالم الإسلامي

الفصل الثاني: الإعلام الإسلامي بين القول والفعل

الفصل الثالث: الإعلام الذاتي الإسلامي

الفصل الرابع: الإعلام الدبلوماسي الإسلامي

الفصل الخامس: الصحافة الإسلامية في مواجهة التكنيكات اللاأخلاقية

الفصل السادس: المسجد كوسيلة إعلام إسلامي

الباب الخامس: الأبعاد النظرية للعملية الدولية:

الفصل الأول: الإعلام والدعوة والدعاية

الفصل الثاني: القائم بالاتصال

الفصل الثالث: المضمون

الفصل الرابع: وسائل الاتصال

الفصل الخامس : المستقبل

الفصل السادس : الفاعلية

الفصل السابع: وسائل الإعلام والمجتمع

الباب السادس: دراسة تطبيقية للعملية الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الأول: القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي الدولي

الفصل الثاني : مضمون الرسالة الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الثالث: وسائل الاتصال في الإعلام الإسلامي الدولي

الفصل الرابع: مستقبل الرسالة الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الخامس: فاعلية الرسالة الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل السادس: وسائل الإعلام الإسلامي والمجتمع

الباب السابع: تخطيط وتنفيذ ومتابعة البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الأول: الإطار النظري للتخطيط الإعلامي

الفصل الثاني: تخطيط البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الثالث: تنفيذ البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية

الفصل الرابع: متابعة البرامج الإعلامية الإسلامية الدولية

الباب الثامن: الإعلام الإسلامي في الإطار الدولي

الفصل الأول: الإعلام الإسلامي الدولي في إطار السياسة الخارجية الإسلامية

الفصل الثاني: الإعلام الإسلامي الدولي في إطار التنظيم الدولي الإسلامي

الفصل الثالث: الإعلام الإسلامي الدولي في إطار التفاهم الدولي

الخاتمة

المراجع

٥٧-الإعلام الإسلامي في تلفزيون العراق: د. هاشم أحمد نغيمش

جامعة بغداد ٢٠٠١ ، رسالة ماجستير

المحتويات

ثانياً:رئاسة إدارة البرامج الدينية في تلفزيون العراق .

ثالثاً:العاملون في إعداد وتقديم وإخراج البرامج الدينية .

المبحث الثاني:مضامين البرامج الإسلامية في تلفزيون العراق

أولاً:أسلوب عرض البرامج الإسلامية

ثانياً:فترات عرض البرامج الإسلامية

ثالثاً:مواعيد عرض البرامج الإسلامية .

رابعاً:موضوعات البرامج الإسلامية .

خامساً :مصادر البرامج الإسلامية .

سادساً:نوع البث الذي تعرض به البرامج الإسلامية.

سابعاً:الوظيفة التي تؤديها البرامج الإسلامية

نتائج البحث .توصيات البحث . مراجع البحث .

ملاحق البحث

٥٨-الإعلام الإسلامي النظري في الميزان : د. سعيد إسماعيل صيني

٥٩-الإعلام الإسلامي... الواقع والحقيقة. رعد كامل الحيالي

مطبعة الخلود ط١- ١٩٩٤ -بغداد

٦٠-الإعلام الإسلامي والرأي العام : محمد محمود متولي

(القاهرة: شركة سعيد رأفت ١٩٨٧)

مقدمة، الباب الأول: الإعلام والاتصال بالجماهير

الفصل الأول: الاتصال بالجماهير

أهمية الاتصال بالجماهير ووسائله وتعريفه، أهمية هذه المقارنة، قدمه وصعوبته، وسائل الاتصال بالجماهير، أهمية الاتصال بالجماهير، تعريف وظائف الاتصال بالجماهير، نظريات الاتصال الحديثة، نظرية التأثير على مرحلتين، نظرية الأنماط الجامدة، نظرية الاتصال الحديثة، نظرية ستيفنسون، نظرة الإسلام إلى الاتصال بالجماهير وعلومه ونظرياته وأهمية الاتصال بالجماهير في الكتاب والسنة والغرض منه، أغراض الإعلام الإسلامي، أهمية التبليغ إسلامياً، حكم تبليغ الدعوة وعمومه، حكم من لم تبلغه الدعوة، شمول البلاغ والاتصال، عناصر عملية الاتصال بالجماهير ودوره في دعم الاتجاهات وتغييرها، أشكال الاتصال، موقف الإسلاميين، وأخيراً هناك من الصفات الضرورية، دور الاتصال في دعم الاتجاهات أو تغييرها، واجبات الاتصال بالجماهير، خاتمة.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام الحديثة

تعريف الإعلام والدعوة والدعاية لغة، تعريف الإعلام والدعوة والدعاية اصطلاحاً، عناصر الرسالة الإعلامية،اختيار الوسيلة المناسبة للدعوة، مواقف المسلمين من وسائل الإعلام، الجانب الاجتماعي وأثره الإعلامي، الانتقاء، أخطار وسائل الإعلام، وقفة مع الإعلام العربي، الأصوات في الغرب تنادي بإصلاح وسائل الإعلام، توجيه الإعلام العربي لخدمة أغراض غربية، استقلالية الإعلام من استقلالية الدولة، حصاد ١٩٧٧ من المسرحيات والأفلام، الأهداف، نتائج التغاضي عن المنكر، وسائل الإعلام في يد أعداء الإسلام: الصهيونية، مقتطفات من كتاب الأستاذ زياد أبي غنيمة، في بريطانيا، فرنسا، في الهند، الولايات المتحدة، في استراليا، حشد الرأي العام، التلفزيون والإذاعة، استخدام الاستشراق والتبشير والاستعمار لوسائل الإعلام

الاستعمار واستخدامه لوسائل الإعلام

الباب الثاني: الإعلام وتكوين الرأي العام،تمهيد: أهمية الرأي العام .

الفصل الأول: وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام

أما من جهة الأخبار، كيف استعان الاستعمار بالإعلام في التأثير في الرأي العام، النتيجة إذن مأساة، قدم الرأي العام.

الفصل الثاني: تعريف الرأي العام وألوانه

تعريفات أربع، الفرق بين الرأي العام والاتجاه العام والسخط العام، التشكيك في فاعلية الرأي العام، أنواع الرأي العام.

الفصل الثالث: عوامل تكوين الرأي العام

العوامل الدينية، احتفاء الإسلام بالرأي العام، تهيئة الإسلام الجو لتكوين الرأي العام، الشورى، الإعلام والدعاية، التراث الحضاري، التربية والتعليم: عوامل وأسباب الانحراف، الوقائع والمشكلات، الزعماء السياسيون

الهمس والشائعات، الأوضاع القائمة، طرق التعبير عن الرأي العام أو السخط العام، فأما التبرير، وأما الإبدال فهو، وأما التعويض، وأما الانسلال، قياس الرأي العام: ومنها طريقة المسح.

الباب الثالث: وظائف الإعلام الديني

تمهيد، وظائف الإعلام العام، التدبير يجب أن يصبح شيئاً شخصياً، وظائف الإعلام الديني.

الفصل الأول: الوظيفة الأولى للإعلام الإسلامي، هل يحل العلم محل العقيدة: قضية المصادفة، إيقاظ العواطف الغافية عند المسلمين مسؤولية الإعلام الإسلامي، والإعلام الإسلامي مسؤول عن: إيجاد الوعي في الأمة الإسلامية، إيقاظ العواطف الغافية وثماره، الثبات أمام المطامع والشهوات، الانفة وكبر النفس، الاستهانة بالزخارف والمظاهر الجوفاء، الشجاعة النادرة والاستهانة بالحياة، من الأنانية إلى العبودية، دور الصفوة المسلمة في إيقاظ عواطف المسلمين،

تعريف المسلم بمكانه في الأرض.

الفصل الثاني: دور الإعلام الإسلامي في المحافظة على اللغة العربية وبناء الأدب العربي، تمهيد، الدعوة الى العامية نشأتها وأهدافها، دور الإعلام في بناء أدب عربي إسلامي، خطورة ميدان الأدب، الالتزام في الفن من المفهوم الإسلامي، حكم رسول الله صلى الله عليه وسلم في الشعر، حمل الأديب لهموم أمته، نماذج من حمل الاديب لهموم أمته.

الفصل الثالث: انصراف المسلمين عن الأدب العربي ومدلوله، الانصراف عن الأدب العربي وعلاجه، دور القرآن والسنة في بعث الأدب الإسلامي، الفصل الرابع: دور الإعلام الديني في ترقية الفنون الإسلامية، ساعة وساعة، الرسول الإنسان، القلوب تملّ مهمة الإعلام الإسلامي في ترقية الفنون الإسلامية، الاساس الثالث الشمول والتكامل، كيف عالجت الفنون الإسلامية موضوع الحب والجنس، حب الكون، حب البشرية، وفي ذلك يقول الأستاذ أنور الجندي، تقول البروتوكولات، مجالات الفن الإسلامي، ما يتعلق بالكون، مايتعلق بالإنسان، علاقة الإنسان بالشيطان، في ارتباط الدنيا بالآخرة، علاقة الإنسان بالقدر، لفت نظر الانسان إلى النظام الذي يحكم، الكون والحياة والإنسان، تتبع الجمال، رأ ي الإسلام في الغناء والموسيقى، فأما دخول السينما او صناعتها.

الباب الرابع: الصحافة والإذاعة والتلفزيون كنماذج لوسائل الإعلام.

الفصل الأول: الصحافة وما ينبغي أن تكون عليه، التخطيط الإعلامي والاتصال بالجماهير، قوة الصحافة وخطورتها، واجبات الصحافة وأغراضها، أغراض الصحافة، دور الصحافة في حماية الفكر والخلق والدين، مزايا الكتابة الصحفية، الجدة، الاهتمام بالقول المباشر، الاهتمام بالسرعة، الاهتمام بالتنوع، الصحافة كميدان لجهاد الكلمة، الملامح العامة للصحافة الإسلامية، ويتلخص تصوري للصحافة الإسلامية الآتي، رجال الصحافة الإسلامية، ولكن هل يمكن أن تقوم

هذه الصحافة، مقارنة بين الصحافة الإسلامية وغيرها، النقد الذاتي، هموم الصحافة الإسلامية، وسائل النهوض بالصحافة الإسلامية، تحرير المواد الدينية في الصحافة، موضوعات صفحة الدين وكيف تحرر، إخراج صفحة الدين.

الفصل الثاني: التلفزيون والإذاعة وأهميتها، خصائص الأداء الإذاعي، ما يطلبه المستمعون، التصور الإسلامي، الإذاعة الإسلامية وأقسامها، قسم المعلومات، قسم التعريف بالإسلام، قسم الفن والأدب، التلفزيون ماله وما عليه: دور التلفزيون داخل الأسرة، وهناك رأي آخر منافع التلفزيون، أصوات التحذير، رأي الأطباء في مشاهد العنف، الأثر على الكبار، وظائف التلفزيون الإسلامي .

٦١-الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية: النظرية والتطبيق :

اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي

ط٢ (الرياض: الندوة العالمية للشباب الإسلامي ١٣٩٦)

قائمة المحتويات، مقدمة الطبعة الثانية،

كلمة صاحب السمو الأمير عبد الله بن عبد العزيز،

كلمة الأمين العام للندوة العالمية للشباب الإسلامي،

كلمة الوفود ألقاها التيجاني أبو جديري،

ورقة عمل (أمين عام الندوة)، المحاضرات، الأبحاث، الندوات، اللجان، لمشاركة، تكاليف البحث، مدخل عام للجانب النظري،

مقدمة عامة في الإعلام،* (محمد رمضان لاوند)،

سؤال يتردد في عقول القادة، القوة الثانية قوة الواقعية، الظاهرة الواقعية في القرآن، القوة الثالثة قوة الحق،

المدخل إلى العمليات النفسية الإعلامية المعاصرة (محمد الهواري)

عملية تحويل الاتجاهات والرأي العام، أطفال مسلمون في رعاية بيوتات نصرانية في المهجر، وميلاد اتحاد الطلبة المسلمين في أوروبا،

المتغيرات الأساسية في تجاوب المدعو للدعوة، * (محمد حامد سليم)،

مقدمة، محددات سلوك المدعو، الشخصية وتتكون من، درجات النمو النفسي وتشتمل على، الإطار النظري للفرد، الحاجات السياسية، العلاقات الاجتماعية، العمليات الأساسية، الاتصالات، التفاعل، الدوافع، التكييف والتركيبة، الإدراك التصوري، التوافق، استخلاص وتوصيات،

العلاقات الإنسانية، نحن والغرب، * (إسماعيل راجي الفاروقي)

فلسفة العلاقات الإنسانية في الغرب، الفوضوية، الليبرالية، الشيوعية، النتائج،

الإسلام والعلاقات الإنسانية، نحو مدخل إسلامي، * (محيي الدين عبد الشكور)

مقدمة، عقبات على الطريق، دراسة لثلاثة مفاهيم رئيسة، إخضاع المفاهيم الفلسفية الإنسانية للنظرة الإسلامية، النماذج الإسلامية في التخطيط للتدريب على العلاقات الإنسانية وتطوير النظم، مقترحات، خاتمة،

الأسس النظرية للإعلام الإسلامي، الحركة الإسلامية وحاجتها إلى الإعلام: مدخل لدراسة النظم، * (كليم صديقي)

مقدمة، الحركة الإسلامية نظام ثابت، نظام سلوكي، بيئة النظام، عقبات على الطريق، الخطة والتنفيذ، النمو والمعرفة،

الإعلام الإسلامي، * (بقلم محمد قطب)

السياسة الإعلامية في القرآن بين التاريخ والمعاصرة،

السياسة الإعلامية، * (محمد رمضان لاوند)،

الإعجاز المادي ومنطق العقل، مزيد من الإعجاز التعليمي، الكشف الذاتي أولاً،

محاكمات مع عامة الناس، عودة إلى المعجزة المادية، عودة إلى المحاكمة العقلية، نموذج آخر من التوعية، صحف إبراهيم، مفرق طريق.

الفصل الثاني: خلاصة وتوضيح، قواعد البيت، لماذا هذا الاختيار، الجزيرة نقطة ارتكاز، لا صدفة الحضارة والخصة البشرية، وادي مكة، عودة إلى الآيات الكريمة، توضيح، مثل من الشمال الإفريقي، إبراهيم يتحدث عن وادي مكة، مهمة دون امتياز، خلاصة.

الفصل الثالث:

عودة الى الاستجابة النبوية السابقة، قضية مكابرة، لماذا المعجزات المادية وأنواعها، البشر الأولون مختلفون، أبعاد الدعوات الأولى، أنواع الدعوات الأولى، الطريقة الإبراهيمية، أنواع الحوار، تلخيص ما سبق، الأبعاد المستقبلية للدعوة الإبراهيمية، رمزية التصرفات.

الفصل الرابع: الفقرة الإسلامية، تمهيد، قسمات الدعوة الإسلامية، الحوار والمعاصرة، مقومات المعاصرة القرآنية،

الإعلام الإسلامي في العهد المكي، ❋ (عمر عبد الفتاح التلساني)،

الأسلوب الإعلامي في بدء الدعوة، موقف الرسول من بيئة العرب الاجتماعية، وضوح الهدف، صفات الداعية، القرآن والأسلوب الإعلامي للدعوة، خاتمة،

النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات الإنسانية، ❋ (محمد الغزالي)

النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات الإنسانية، ❋ (زين العابدين الركابي)

سطور في المنهج، المضمن الكلي، خصائص النظرية.. تفصيلاً، الوسيلة، المدخل، الاتصال، الظهور الإعلامي أحد الأركان الثلاثة للدعاية، إذاعة الحقيقة في إبانها، أبعد من الواقع الفرصة المفتوحة، الاستخدام الأرقى للوسائل المتقدمة، العلاقات الإنسانية.صيغة التطبيق،

الثقافة الإسلامية والفن في مجال الإعلام*، (التهامي نقرة)

دعائم الثقافة الإسلامية، وأما الفطرة، سمات الثقافة الإسلامية، معالم المجتمع الإسلامي، الفن في التصور الإسلامي، لاعداء بين الإسلام والفن، افتراء على الإسلام، الوقاية من التيارات الهدامة، دور الإعلام، الجوانب التطبيقية للإعلام الإسلامي، استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في إحداث تغيير اجتماعي على أساس إسلامي، * (إبراهيم علي)، التخطيط ضرورة، التعليم والتغيير الاجتماعي، دور وسائل الإعلام في التغيير الاجتماعي، التعبئة من أجل التغيير، ملخص نقاط البحث،

البرامج الإعلامية للكبار في العالم الإسلامي، * (أبو بكر باقادر)،

عناصر التصميم،

دور الإعلام الإسلامي في الإعداد للقوة، * (عبد المجيد العبد)،

جوانب من دور الإعلام الإسلامي في إعداد الفرد لمجتمع القوة، جوانب من دور الإعلام في تمسك المجتمع بقيم الإسلام وهدايته، طبع الإعلام الإسلامي، تعبئة الخبرات وتنميتها،

كيف نبني مؤسسات الإعلام على أسس إسلامية، * (محمد عبد الله السمان)،

ماهي وسائل الإعلام؟، ماهي الأسس الإسلامية التي يجب أن يقوم عليها بناء المؤسسات الإعلامية؟، ماهي أساليب تدعيم العقيدة والخلق عن طريق هذه الأسس السابق الإشارة إليها؟، كيف نوفر الثقافة والترويح في إطار الأسس الإسلامية،

كيف نبني مؤسسات الإعلام على أسس إسلامية؟، * (طه عبد الفتاح مقلد)،

(مقدمة)، الداخل والخارج الهدف، القائم بالاتصال ، المصدر ، التخطيط والمتابعة والتنسيق، الثقافة، الترويح،

الإعلام الإسلامي وسبل تطويره وإصلاحه، * (فيصل حسون)

مصطلح الإعلام الجديد، الإعلام ليس جديداً علينا، كل دعوة لها إعلام، علاقة الإسلام بالإعلام، إعلام عقيدة غير محدودة، سلبيات الإعلام الإسلامي، مسؤوليات الإعلاميين الإسلاميين، مهمة الإعلامي الإسلامي،مراكز الدعوة الإسلامية، منهاج العمل الإعلامي، إعلامنا غني وليس فقيراً، تطوير الإعلام لا خلقه، وقفة عند المسجد، دعوة لمؤتمر عالمي، واجبات مؤتمر الوزراء والخبراءمركز الدعوة والفكر، دار نشر إسلامية، المكتبة الإسلامية الكبرى، مجمع موحد للبحوث الإسلامية، تدريس مادة الإعلام، منظمة الدعوة الإسلامية، قمر صناعي إسلامي، صحف ومطبوعات إسلامية، صحف في العواصم غير الإسلامية، إذاعة صوت الإسلام، الموسيقى والفنون، تمثيل الإسلام في المؤتمرات، خطوات تعاون اخرى،

الإعلام العربي المعاصر وأثره في ضياع الجيل وهزيمة الأمة، * (يوسف العظم)،

تعريف الإعلامية، واقع الإعلام من العالم العربي الإسلامي، الأهرام ومنطلقاتها في عالم الصحافة، نماذج من اخبار العدد الأول من الإهرام، الأهرام في خط المسالمة والتضليل، دار أخرى للتضليل، دار الهلال تقسم الكتاب إلى فئات، أفكار ضالة دعت إليها دار الهلال في صحفها، فارسان من فرسان دار الهلال، التابعي وبصماته على الصحافة والصحافيين، المقطم دعم مكشوف للاحتلال، صحف أخرى في موكب التزوير

جيل مسخة الإعلام، من حصاد الإعلام الإسلامي في رحلة الضياع،

مستقبل نشر الكتاب الإسلامي، * (محيي الدين عطية محمد)،

مدخل، الهدف، التنسيق، التأليف، التوزيع، الإخراج، الإدارة،

الإعلام، مسؤولية الإنتاج الفني الإسلامي بين الحكومات، والهيئات

والأفراد، * (أحلام حسن أحمد)،

مقدمة، تمهيد، العوامل التي تحدمن الإعلام الديني في البلاد الإسلامية

الفرد والاستيعاب الفكري بين الأمس واليوم، محاور ثلاثة للإنتاج الفني الإسلامي، الإنتاج الفني الإسلامي ومحو الأمية بين المقروء والمسموع والمرئي أهمية الإنتاج الفني المرئي، الانتاج الفني الإسلامي والتمويل، المعالم الأساسية للإعلام الفني الإسلامي المستوى الداخلي الإقليمي للإنتاج الفني الإسلامي التغلب على مشاكل التمويل في الإنتاج الفني الإسلامي الوضع الإداري والتنظيمي للإنتاج الفني الإسلامي، أنواع المسؤولية الفنية والتنفيذية للإنتاج الفني الإسلامي وأهدافها الأساسية، لـلإطار الدولي للإنتاج الفني الإسلامي، نتيجة البحث،

التخطيط لإنشاء تخصصات إسلامية في معاهد الفنون، * (إكرام حسن)،

(برامج دراسة عامة ودبلوم ودكتوراه خاصة بالتخصيصات الإسلامية الفنية)،

دور المفكر المسلم في العشرين سنة القادمة، (ندوة اشترك فيها مجموعة من المفكرين)،

الشباب الإسلامي حاضره ومستقبله، (ندوة اشترك فيها مجموعة من المفكرين)،

توصيات اللقاء الثالث، في مجال الإعلام، في مجال الشباب، في مجال التنظيم الداخلي للندوة، الملحق الأول: الإسلام والحضارة ودور الشاب المسلم: ورقة العمل الخاصة بالموضوع الفكري للقاء الرابع القادم للندوة العالمية الإسلامي محتويات الكتاب،

٦٢-الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية : محيي الدين عبد الحليم

(القاهرة: مكتبة الخانجي بمصر ١٩٧٩)

قائمة المحتويات

الإسلامية مجال حيوي للإعلام الإسلامي. موقف الدعوة الإسلامية من الرأي العام، (فئات الرأي العام: القادة، العامة، المنافقون، العصاة)

الفصل الرابع: الإعلام الديني في مصر الإسلامية،

انتشار الإسلام في مصر، الإعلام الديني في العصرين الطولوني والإخشيدي، الإعلام الديني في العصر الفاطمي ماهية الدعوة الفاطمية. نظام الإعلام الفاطمي، الإعلام الديني في العصر الأيوبي، الإعلام الديني في العصر المملوكي، الإعلام الديني في العصر العثماني، الإعلام الديني في عهد الحملة الفرنسية،

الفصل الخامس: أجهزة الإعلام الديني في مصر،

أجهزة الإعلام الديني في مصر، أجهزة الإعلام الدينية المتخصصة، جهاز الدعوة الدينية بوزارة الأوقاف، جهاز الوعظ والإرشاد بالجامع الأزهر، محطة القرآن الكريم بالإذاعة، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، الجمعيات الدينية في وزارة الشؤون الاجتماعية. الأجهزة الإعلامية العامة التي تعالج القضايا الدينية الإذاعة، التلفزيون، الصحافة.

الفصل السادس: أثر الإعلام الديني على الرأي العام: دراسة ميدانية،

إجراءات الدراسة الميدانية، نتائج الدراسة، تقويم لدور وسائل الإعلام العامة في حقل الإعلام الديني، موقف الرأي العام من وسائل الإعلام الديني، دور خطبة الجمعة، الإعلام الديني والقضايا العصرية، دور الإعلام الديني في تصحيح المعتقدات الخاطئة، دور الإعلام الديني في إقناع الرأي العام بأداء فرائض الإسلام. الخاتمة والتوصيات، مصادر البحث

٦٣-الإعلام التبشيري في العصر الحاضر وموقف المسلمين منه: علي مصطفى أبو الذهب

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة – (رسالة ماجستير)

٦٤-الإعلام التلفزيوني وآثاره في المجتمعات الإسلامية: حسني أحمد فريد جاد

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٢هـ - (رسالة ماجستير)

٦٥-الإعلام الحربي في العهد النبوي: سليمان سليم سالم حميد، إشراف عبد الخبير محمود عطا، عبد الغني حماد

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٥هـ، ١٨٠ ورقة – (رسالة ماجستير).

٦٦-الإعلام الخليجي ودوره في مكافحة تيارات الإلحاد والانحراف: عبد الحليم عويس، مرعي مدكور

القاهرة: دار الصحوة، ١٤١١هـ، ١٢٧ص

٦٧-الإعلام السياسي والإسلام: دراسة عن الرأي العام وكيف تصنعه وتسيطر عليه: موسى زيد الكيلاني

بيروت: مؤسسة الرسالة ط٢ – ، ١٤٠٥هـ، ١٨٠ص

٦٨-الإعلام الشيوعي المعاصر وأثره في الامة الإسلامية: يوسف محيي الدين أبو هلالة

عمان: مكتبة الرسالة الحديثة، ١٤٠٨هـ، ٨٤ص.

٦٩-الإعلام الصهيوني وسبل مواجهته: إبراهيم بن عبد الله العمر

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ - (رسالة ماجستير).

٧٠-الإعلام العربي من منظور إسلامي: محمود محمد سفر

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، جهاز تلفزيون الخليج،

١٤٠٧هـ، بحث غير منشور مقدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج

٧١-الإعلام عن الإسلام في غير ديار الإسلام: محيي الدين عبد الحليم

القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٤١٠هـ، ١٨٥ص.

٧٢-الإعلام الغربي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية: يوسف محيي الدين أبو هلالة

عمان: مكتبة الرسالة الحديثة، ١٤٠٨هـ، ٧٩ص.

٧٣-الإعلام فوق رمال متحركة: مريم عبد الله النعيمي- بيروت ، دار ابن حزم ، ط١ – ٢٠٠٥ ، ١٦٠ص

المقدمة

المبحث الأول : انتهاكات صر يحة

المبحث الثاني : المناعة الفكرية

المبحث الثالث : في سبيل الجودة

المبحث الرابع: أصداء عالمية

المراجع

فهرست الكتاب

٧٤-الإعلام في الجامعات الإسلامية ، الدكتور هاشم أحمد نغيمش ،

دار الفجر للنشر والتوزيع- العراق دار النفائس للنشر والتوزيع- الاردن ٢٠٠٧

إطلالة: طه الزيدي

الدراسة الأولى:الإعلام والعلاقات العامة في الجامعات الإسلامية.

المقدمة.

الفصل الأول:التعريف بالمصطلحات

أولاً:- تعريف الإعلام.

أ-الإعلام في اللغة.

ب- الإعلام في الاصطلاح.

ثانياً:تعريف العلاقات العامة.

العلاقات العامة اللغة:

العلاقات العامة اصطلاحاً:

الفصل الثاني:الإعلام والعلاقات العامة في الجامعات

أولاً:- وظائف ومهام إدارة الإعلام والعلاقات العامة في الجامعات:

ثانياً:- جمهور الجامعات:

الجمهور الداخلي:

الجمهور الخارجي:

ثالثاً:بناء نموذج نظري لإدارة الإعلام والعلاقات العامة في الجامعة.

الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات العامة في الجامعة.

قسم الإعلام والعلاقات الداخلية:

قسم الإعلام والعلاقات الخارجية:

ج- قسم المراسم:

د- قسم الطباعة والنشر:

هـ- قسم الإعداد والتخطيط لتنفيذ متطلبات التوعية الإسلامية.

و- قسم المتابعة والإحصاء والتحليل:

المتطلبات الواجب توفرها للقيام بمهام الإعلام والعلاقات العامة.

الموظفون:

البناية:

ج- الأجهزة والموارد:

خاتمة البحث والتوصيات

مراجع البحث

الدراسة الثانية:أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية

المقدمة.

الفصل الأول:التعريف بالمصطلحات

أولاً:تعريف الإعلام:

ثانياً:تعريف الاتصال:

الاتصال لغة.

الاتصال في الاصطلاح.

١-الاتصال المواجهي:

٢-الاتصال الوسيطي:

الاتصال الجماهيري:

الاتصال المسموع.

الاتصال المرئي.

ج- الاتصال السمع مرئي.

د- الاتصال المقروء.

الفصل الثاني: أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية.

فرع الإذاعة والتلفزيون.

الإتصال والإعلام الإسلامي:

التحرير الصحفي الإذاعي والتلفزيوني:

ج- علم النفس الاجتماعي:

د- الإعلام الإسلامي:

هـ- نظريات الاتصال:

و- العلاقات العامة:

ز- الدعوة الإسلامية:

ح- برامج وتقنيات إذاعية وتلفزيونية:

ط- الرأي العام وبحوث الجمهور:

ي- قانون الإعلام:

ك- إعلام دولي وعربي:

ل- الإعلان:

م- الحرب النفسية:

ن- الإعلام والتنمية:

س- الإعلام العراقي وتاريخ الإذاعة:

٢- فرع الصحافة.

٣- فرع العلاقات العامة.

خاتمة البحث والتوصيات

مراجع ومصادر البحث

الفهرس

٧٥-الإعلام في ديار الإسلام: بداية ورسالة: يوسف محيي الدين أبو هلالة

الرياض: دار العاصمة، ١٤٠٨هـ، ١٢٣ص.

٧٦-الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبلغ الدعوة الإسلامية : محمد محمود متولي

(الكويت: مكتبة ابن تيمية ١٤٠٦)

مقدمة،تعريف الإعلام والدعوة لغة، تعريف الإعلام والدعوة والدعاية اصطلاحا، عناصر الرسالة الإعلامية، اختيار الوسيلة المناسبة للدعوة، أخطار وسائل الإعلام، وقفة مع الإعلام العربي، وسائل الإعلام في يد أعداء الإسلام، اليهود، فرنسا، الولايات المتحدة، استخدام الاستشراق والتبشير والاستعمار لوسائل الإعلام، الاستعمار واستخدامه لوسائل الإعلام.

الباب الأول: الإعلام وتكوين الرأي العام، تمهيد: أهمية الرأي العام

الفصل الأول: دور وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، كيف استعان الاستعمار بالإعلام في تأثيره في الرأي العام، قدم الرأي العام،

الفصل الثاني: تعريف الرأي العام وألوانه، الفرق بين الرأي العام والاتجاه العام

والسخط العام، التشكيك في فعالية الرأي العام ، أنواع الرأي العام،

الفصل الثالث: عوامل تكوين الرأي العام، احتفاء الإسلام بالرأي العام، تهيئة الإسلام الجو لتكوين الرأي العام

الإعلام والدعاية، التراث الحضاري، التربية والتعليم، عوامل وأسباب الانحراف عن الإسلام، الوقائع والمشكلات، الزعماء السياسيون والمصلحون الاجتماعيون، الهمس والشائعات، الأوضاع القائمة للدولة، طرق التعبير عن الرأي العام، قياس الرأي العام،

الباب الثاني: وظائف الاتجاه الديني، تمهيد، وظائف الإعلام العام

الفصل الأول:الوظيفة الأولى للإعلام الإسلامي: غرس الربانية، بعض محاولات الاستدلال العلمي بوجود الله ووحدانيته، قضية المصادفة.

إيقاظ العواطف الغافية عند المسلمين مسؤولية الإعلام الإسلامي، إيقاظ العواطف الغافية وثماره، دور الصفوة المسلمة في إيقاظ عواطف المسلمين، تعريف المسلم بمكانه في الأرض.

الفصل الثاني: دور الإعلام الإسلامي في المحافظة على اللغة العربية وبناء الأدب العربي، تمهيد، الدعوة إلى العامية، نشأتها وأهدافها، دور الإعلام في بناء أدب عربي إسلامي، خطورة ميدان الأدب، الالتزام في الفن والأدب في المفهوم الإسلامي، حكم رسول الله (صلى الله عليه وسلم) في الشعر، حمل الأديب لهموم أمته، نماذج من حمل الأديب لهموم امته، انصراف المسلمين عن الأدب العربي ومدلوله، الانصراف عن الأدب العربي وعلاجه، دور القرآن والسنة في بعث ترقية الفنون الإسلامية،

الفصل الثالث: دور الإعلام الديني في ترقية الفنون الإسلامية، مهمة الإعلام الإسلامي في ترقية الفنون الإسلامية، (إسس الفن الإسلامي)، كيف عالجت

الفنون الإسلامية موضوع الحب والجنس؟، مجالات الفن الإسلامي، مايتعلق بالكون، بالإنسان، علاقة الإنسان بالشيطان، في ارتباط الدنيا بالآخرة، علاقة الإنسان بالقدر، لفت نظر الإنسان إلى النظام الذي يحكم الكون، تتبع الجمال، رأي الإسلام في الغناء والموسيقى، فأما دخول السينما ودخولها، (نموذج للقصة الإسلامية)، (نموذج لمسرحية إسلامية صغيرة) .

الباب الثالث: نماذج من وسائل الإعلام الإسلامي.

الفصل الأول: الصحافة وما ينبغي أن تكون عليها، التخطيط الإعلامي والاتصال بالجماهير، قوة الصحافة وخطورتها، واجبات الصحافة وأغراضها، دور الصحافة في حماية الفكر والخلق والدين، مزايا الكتابة الصحفية، الصحافة كميدان لجهاد الكلمة، الملامح العامة للصحافة الإسلامية، رجال الصحافة الإسلامية، مقارنة بين الصحافة الإسلامية وغيرها، النقد الذاتي، هموم الصحافة الإسلامية، وسائل النهوض بالصحافة الإسلامية، تحرير المواد الدينية في الصحافة، إخراج الصفحة الدينية.

الفصل الثاني: التلفزيون والإذاعة وأهميتها، خصائص الأداء الاذاعي، مايطلبه المستمعون، التصور الإسلامي للإذاعة، الإذاعة الإسلامية، التلفزيون ماله وما عليه، دور التلفزيون داخل الأسرة، أصوات التحذير من العرب، رأي الأطباء في مشاهد العنف، الأثر على الكبار، وظائف التلفزيون الإسلامي، النتائج، المراجع

٧٧-الإعلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم: أحمد عيد محمود دسة

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ - (رسالة ماجستير)

٧٨-الإعلام في القرآن الجزء الأول: الجانب النظري : أحمد أحمد غلوش

(مكة المكرمة: - ١٤٠٦)

المقدمة، الفصل الأول: القرآن الكريم أساس الإعلام الإسلامي، تعريف القرآن

الكريم، شمول القرآن الكريم، تأصيل القران الكريم للإعلام الإسلامي، المفاهيم الإعلامية، الأذان، البلاغ، الإعلان، الخبر، النبأ، تحديد أركان العملية الإعلامية ، حامل الرسالة، الرسالة، الجمهور المتلقي، الأثر

الفصل الثاني: السياسة الإعلامية في القرآن الكريم، أهداف الإعلام الإسلامي، نشر دين الله تعالى، إيجاد الانسان الصالح، إسعاد المجتمع بالإسلام، الجوانب الفنية في حركة الإعلام الإسلامي، الاهتمام بالجديد المدهش، تعميم الإلزام في التوجيه، عدم مصادمة المتلقي، التدرج واليسر، الخصائص العامة للإعلام الإسلامي، الربانية، المسؤولية الشرعية، العالمية، تكريم الإنسان، التمسك بمكارم الأخلاق،

الفصل الثالث: الاتصال والإعلام في القرآن الكريم، تعريف الاتصال، تعريف الإعلام، صلة الإعلام بالاتصال، الاتصال الذاتي، الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي، الاتصال الجماهيري، أي أنواع الاتصال هو الإعلام؟

اهتمام القرآن الكريم بالاتصال والإعلام، القرآن والاتصال الذاتي، القرآن والاتصال الشخصي، القرآن والاتصال الجمعي، القرآن والاتصال الجماهيري.

الفصل الرابع: أطراف العملية الإعلامية، المرسل، الفرق بين رجل الإعلام والداعية، خصائص المرسل، الرسالة، وسائل الإعلام

الجمهور المتلقي، الخصائص الأولية، الخصائص الشخصية، الخصائص الاجتماعية.

الفصل الخامس: أساليب الإعلام في القرآن الكريم، الملامح العامة لأساليب الإعلام في القرآن الكريم، القصة القرآنية تعريفها، القصة أسلوب إعلامي، المثل القرآني، تعريفه، المثل أسلوب إعلامي، القسم القرآني، تعريفه، القسم أسلوب إعلامي، الجدل القرآني تعريفه، الجدل أسلوب إعلامي، الاستفهام القرآني، تعريفه، الاستفهام أسلوب إعلامي، الخاتمة، الفهرس

٧٩-الإعلام في القرآن الكريم : عبد القادر حاتم

(القاهرة: ـ ١٤٠٥ هـ)

تصدير،تقديم، تمهيد

الجزء الأول: الإعلام في القران الكريم(نظرية الإعلام وثورة الاتصال بالجماهير، الإنسان والإعلام،الهدف من نظرية الاتصال الإعلامي(شخصية رجل الإعلام، الفكرة الإعلامية، نوعية الفكرة، شروط الفكرة الإعلامية، المرسل اليه، التأثير والاستجابة، السلوك ورد الفعل)، الرأي العام (تعريفه، وظيفته، أنواعه، تكوينه، خصائصه، أنواعه بالنسبة لمشكلة ما). الحياة على شبه الجزيرة العربية قبل نزول القران (شبه الجزيرة،السكان والحضارة،مكة،اللغة العربية،الفنون الأدبية).

الإعلام قبل نزول القرآن الكريم: (العقائد،نظرة عامة على العقائد في العالم،القرآن يصور الحالة الدينية في العالم) الحالة السياسية والاجتماعية في العالم قبل نزول القرآن.

الجزء الثاني: القرآن الكريم،الموضوع والوسيلة والغاية

القران الكريم(قبيل التنزيل، تنزيل القرآن، الآثار العظيمة التي أحدثها على المستوى العالمي، ذيوعه وانتشاره، القرآن لم يفرط في شيء،الأدلة على أن القرآن من عند الله تعالى، مدة نزول القرآن)

القران والإسلام (فكرة الإسلام، القيم في الإسلام: الإيمان، المساواة، الإخاء، الحرية والتحرر، السلام،(اجراءات ما قبل الحرب)، مبررات الحرب في الإسلام.

عالمية وشمول دعوة القرآن(قدر الله، أوامر الله،التوكل على الله، خشية الله، الخلق، القرآن، الإسلام)

الجزء الثالث: الرسول صلى الله عليه وسلم

الرسل والرسالات السماوية، ما ينبغي أن يتوفر للداعي من صفات، الرسول صلى الله عليه وسلم، شخصية الرسول صلى الله عليه وسلم وصفاته، شخصية الرسول ورسالته في القرآن، الاخلاق.

الجزء الرابع: القرآن والإعلام

أهمية الإعلام في الدعوة، أساليب الإعلام في القرآن الكريم (الأسلوب القرآني في تصنيف الناس، يخاطب كل ما في الإنسان، ضرب الأمثال، إيمان وعمل، الجزاء بعد الإنذار، الأسئلة، التهديد والإنذار، وحدة دين الله، مكانة الشورى في الإسلام، الشعور بالامن، القصص، الأمثلة من القصص، التكرار، التدرج،الوعد بالثواب، المحاورة،والمثابرة للإقناع، إيثار السلم والسلام على الحرب،تجميع كل ما يؤثر على الانسان وبيان ما فيها من حق او ضلال،التحذير،شرح حجج العدو والرد عليها،الحرية في الإعلام القرآني، العبرة والأمثلة في الدعوة،الدعوة إلى فعل الخير وتجنب الشر،الحث على الشجاعة في الدعوة إلى دين الحق ولإعلاء كلمة الله، إعطاء القدوة الحسنة في السلوك والمعاملات، التربية والموعظة، الثواب والجزاء، الحب والكراهية، التعاون، البعد عن الخوف والعمل على خلق الأمل والرجاء، تفريغ الطاقة، إشغال الإنسان بما ينفع،العادة وتهذيبها، الإيحاء، الاستعانة بمنطق الأحداث في الدعوة).

الجزء الخامس: الإنسان في القرآن الكريم

عقل الإنسان، تنوع أساليب مخاطبة القرإن الكريم للناس، استمرار الدعوة للدين ما استمرت الحياة، المسؤولية الإعلامية في القرآن الكريم واستمرارها، جهاز الإعلام الإسلامي، مستقبل الإعلام الإسلامي،علم المستقبل: التخطيط المستقبلي للإعلام الإسلامي، الدعوة الإسلامية وتدريب الدعاة ،الإعلام الإسلامي، تنظيم جهاز الإعلام الإسلامي،المراجع،المؤلف.

٨٠-الإعلام في خدمة الدعوة للائتمان الإسلامي : عبد الوهاب سليم الزيني

(الرياض: مكتبة الخريجي ١٤٠٤)

تقديم الكتاب، مقدمة للمؤلف ..(منهج البحث)، تمهيد: مفهوم الائتمان في اللغة والاقتصاد الوضعي، والشريعة

الباب الأول: دراسة الائتمان

الفصل الأول: موضع الائتمان في البناء الاقتصادي

الفصل الثاني: أنواع الائتمان وتقسيماته

الفصل الثالث: أجهزة الائتمان ووسائله

الباب الثاني: الائتمان الجاهلي

تمهيد: معنى كلمة الجاهلي، امتداد العصر الجاهلي، مفهوم الائتمان الجاهلي

الفصل الأول: الائتمان في العهد القديم

الفصل الثاني: الائتمان في الجزيرة العربية قبل ظهور الإسلام وفي صدره

الفصل الثالث: الائتمان الجاهلي المعاصر في الحضارة الغربية

الباب الثالث: الائتمان الإسلامي

الفصل الأول: الأسس العلمية للائتمان الإسلامي

الفصل الثاني: صور من الائتمان الإسلامي

ملامح الائتمان الإسلامي في الوديعة، ملامح الائتمان الإسلامي في الاقراض والتداين، معنى السلف والقرض والدين، الائتمان المزكى ومفهوم القرض الحسن، الائتمان من بيت مال المسلمين

تحريم الربا(ربا الديون ...، مراحل تحريم الربا في الإسلام بين التدرج التشريعي

والإعلامي، مؤشرات التدرج الإعلامي المدخل الإعلامي العاصف، العوامل المساعدة لتحقيق نتائج الحملة الإعلامية، المناهضة للربا، اثر النهج الإعلامي للقرآن في مناهضة الربا على السنة)..

الملامح الإعلامية في التدابير المقررة في الشريعة الإسلامية لحماية الائتمان (إعلان الدين حماية إعلامية للائتمان وحث المسلمين على إبراء ذمتهم) ، (المشهد الإعلامي المؤثر للجنازة، حث المسلمين على قضاء دين الميت، حث المسلمين على سداد ديونهم. التحفظ على المدين وأمواله وإشهار إجراءته)، (الحجر على المدين والإعلام عنه، ... وقسمة الغرماء، حبس المدين والتنديد به، منع الدين من السفر، سداد الديون قبل توزيع الإرث).

الفصل الثالث: تحليل الجوانب الإعلامية للائتمان الإسلامي

وظيفة الإعلام الائتماني الإسلامي في تحقيق مقاصد الشريعة

ارتباط الإعلام الائتماني بمقاصد الشريعة(مقاصد الشريعة بين حرية الفرد ومسئووليته الاجتماعية، قاعدة العدل والقسط وارتباطه بالإعلام، الإعلام الائتماني والدعوة).

الإسلام بطبيعته رسالة إعلام: (المرسل، المرسل اليه، الرسول، المضمون، واجب أداء البلاغ المبين، أمة الإسلام هي أمة الإعلام بالحكمة والموعظة الحسنة، مسؤولية الدعاة، الإعلام الإسلامي وعالمية الاداء الإعلامي).

منهج الإعلام الائتماني في آية الدين: (الوسيلة الإعلامية، الكتابة والإشهاد، المشهد الإعلامي لمجلس المداينة وأطرافه، طرفا المداينة، كاتب العدل ووظيفته الإعلامية، ولي المدين، الشهداء،المشاهد الإعلامية الجانبية، إعجاز التوقيت)، ملامح الإعجاز في المنهج الإسلامي للإعلام الائتماني: (المضمون الكلي للإعلام الائتماني، المدخل، الاتصال والتحكم والمشاهد الإعلامية، الظهور الإعلامي، الإعجاز التوقيتي وإذاعة الحقيقة في ابانها، تنجيم الإعلام ودلالاته الإعلامية،

التدرج الإعلامي، إعجاز توقيت الإعلام الائتماني).

الفرصة المفتوحة مفهوم الفرصة المفتوحة، ضرورة الفرصة المفتوحة،الفرصة المفتوحة في الإعلام الائتماني.

الباب الرابع: خدمة الدعوة للائتمان الإسلامي إعلامياً

الفصل الأول: أهداف الدعوة للائتمان الإسلامي

تقديم المضمون الإسلامي للائتمان. خصائص المضمون الإعلامي للائتمان، الائتمان الإسلامي جزء من العقيدة، عالمية الدعوة للائتمان الإسلامي، الإعلام حجر الزاوية، أسلوب خدمة المضمون، ميدان الدعوة إلى المضمون الإسلامي للائتمان، تنمية الاتجاهات وترشيد الرأي وتهذيب القيم والقواعد.

الفصل الثاني: وظائف الإعلام في المجال الائتماني

ترسيخ الإيمان بالأسس العقدية وتنمية الثقة، التثقيف والتعليم والتنشئة الاجتماعية في المجال الائتماني، تصحيح السلوك الائتماني للأفراد والجماعات على مقتضيات العقيدة.

الفصل الثالث: توظيف الأساليب الإعلامية في الدعوة للائتمان الإسلامي

أساليب الإعلام الأخباري في المجال الائتماني(الخبر، التعليق، التحقيق الصحفي)، اساليب الإعلام التثقيفي في المجال الائتماني(الكتاب، الدوريات، المقال)، الإعلام التوجيهي في المجال الائتماني(النشرات المالية، الإعلان في المجال الائتماني، المشاهد الإعلامية).

الخاتمة، ثبت المراجع، تفسير القران الكريم، الحديث والسيرة، علوم القرآن الكريم، مراجع وكتب الإعلام، مؤلفات الفقه القديمة، دوائر المعارف والموسوعات، مؤلفات الفقه المعاصرة والاقتصاد الإسلامي، الاقتصاد الوضعي، تاريخ ودراسات تاريخية وسير، ندوات إعلامية، مجلات وصحف، كتب متنوعة، فهرس الموضوعات.

٨١-الإعلام في صدر الإسلام : عبد اللطيف حمزة

القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٠

تقديم بقلم عبد الحليم محمود، الإهداء، مقدمة، هذا الكتاب، اقتراح، صور الاتصال والإعلام عند العرب في الجاهلية وصدر الإسلام، الاتصال بالجماهير: بعض صوره في الجاهلية، فأما الإعلام(القصيدة الشعرية، الخطبة والخطباء، المناداة، الأعياد، الأسواق، الندوة، إشعال النيران، المناداة).

الباب الأول: أشهر صور الإعلام في صدر الإسلام، تمهيد، أسلوب العلاقات الودية.

الفصل الأول: القرآن أكبر وسائل الإعلام في الإسلام.

الفصل الثاني: الأحاديث النبوية وقوتها الدعائية.

الفصل الثالث: القدوة الحسنة، القدوة الحسنة وصاحب الدعوة، محمد المثل الأعلى في الصبر على الحرب الباردة بينه وبين المنافقين بالمدينة.

الفصل الرابع: الاتصال الشخصي والجمعي وأثره في نشر الدين وجمع كلمة المسلمين(لقاء الرسول برجال من الخزرج في البيعة الأولى).

الفصل الخامس: القصص غير القرآني.

الفصل السادس: مواسم الحج من أعظم وسائل الدعوة.

الفصل السابع: العلاقات الإنسانية.

الباب الثاني: الدعوة في عهد الرسول وأساليب نجاحها تمهيد الدعوة والإعلام والدعاية في الإسلام.

الفصل الأول: المرحلة السرية.

الفصل الثاني: المرحلة العلنية.

الفصل الثالث: مرحلة الاضطهاد الديني.

الفصل الرابع: مرحلة الهجرة(مرحلة الهجرة، الهجرة إلى الحبشة).

الفصل الخامس: مرحلة الاستقرار بالمدينة(الأذان، إقامة العلاقات الودية مع اليهود، مع القبائل المجاورة، الاحتياطات الإعلامية والحرب، بعثات الرسول إلى الأمـراء والملوك، استقبال الرسـول للوفود، حركة الهمس).

الفصل السادس: بعض الغزوات النبوية من الزاوية الإعلامية(غزوة بدر، أحد، الأحزاب "الخندق"، فتح مكة، معركة حنين).

الفصل السابع: الخطبة النبوية(المجالات العامة للخطب التي أثرت عن النبي، مجال الاخلاق(خطبته في معنى الإخلاص، النبي يثني على أصحابه، حجة الوداع).

الفصل الثامن: الدعاية الشعرية في عهد الرسول.

الباب الثالث: الدعاية والإعلام في عهد الخلفاء الراشدين

تمهيد (الحكومة الديمقراطية، ومنها الحكومة الاوتوقراطية، ومنها الحكومة الثيوقراطية، ومنها الحكومة الأوليجارشية).

الفصل الأول: الإعلام في عهد أبي بكر(يوم السقيفة، حرب الردة، بعثة أسامة بن زيد، البعوث إلى العراق والشام، جمع القرآن الكريم).

الفصل الثاني: الإعلام في عهد الخليفة الثاني: الفاروق عمر بن الخطاب(عمـر والسياسة الإعلامية: في الفتوح، مع كبار الصحابة، الرسائل(زيارات عمر الأمصار والأقاليم، القدوة الحسنة).

الفصل الثالث:الدعاية والإعلام في عهد الخليفة الثالث

صورة السلطان في رأي عثمان، خلافة عثمان من الزاوية الإعلامية، الحركة

الانتخابية، حكم عثمان، الفتوح في عهد عثمان، تولية عثمان أقرباءه على الأمصار.

الفصل الرابع: الدعاية والإعلام في عهد علي، موقف علي من الفتنة، الثورة تبايع علياً، حزبان متعارضان، الدعاية والإعلام في عهد علي، خطب علي، الدعاية ضد علي، الخاتمة بقلم إبراهيم إمام، الفهرس.

٨٢-الإعلام في ضوء الإسلام: عمارة نجيب

(الرياض: مكتبة المعارف ١٤٠٠)

مقدمة، تمهيد، الإعلام صورة من صور الدعوة والتبليغ، التبليغ والإبلاغ، الإعلام والتعليم، الدعوة شاملة، مفهوم الإعلام والمراد منه،

الباب الأول، التاريخ للإعلام واستقراره كعلم فن الإعلام وعلم الإعلام، الشكل البدائي لفن الإعلام، تطور فن الإعلام، الصحف، طبيعة التطور وصورته، مرحلة جديدة من مراحل التطور، المطبعة، الوسائل الحديثة، المؤثرات التاريخ الوظيفي للإعلام، العلم يخدم التطور الفني الإعلامي، ملاحظات، علم الإعلام أو علم الاتصال، علم الإعلام في عرف الإسلام،

النظريات الإعلامية، فلسفة النظرية الإعلامية، فلسفة النظرية الشيوعية، صلة هذه الفلسفة، بالمبادئ الصهيونية، فلسفة النظرية المسماة بالتحريرية، التطور الأوروبي، فلاسفة المذهب الحر، دور الإسلام في إحياء فلسفة التحول في أوروبا، أثر الصهيونية في فكرة التحرر، فلسفة نظرية السلطة، دور اليهود في وجود هذه النظرية، فلسفة نظرية المسؤولية الاجتماعية "الغربية"، مناقشة نظرية المسؤولية لنظرية التحرر، أسس نظرية المسؤوليةالاجتماعية وواجباتها، كلمة عن العقلانية والأخلاقية، فلسفة النظريات الإعلامية في ضوء الإسلام، نظرية الفوضى الحيوانية، نظرية العبودية والاسترقاق، النظرية الآلية والميكانيكية، نظرية المد الجزر او النظرية المطاطة، الإسلام ومذهبه في الإعلام، مقدمة تنظير النظريات وما

يسمى بعلم الاتصال، الاتجاهات والمجالات الأخرى من أبحاث الإعلام، المجال الإصلاحي، المجال التاريخي، المجال الصحفي، المجال الذي يدرس فلسفة اللغة والمعاني، أمر لافت للنظر، نتائج غياب الإسلام عن أبحاث الإعلام، مرجع تقسيم النظريات إلى أربع وموقف الإسلام منه، مرجع فلسفة كل نظرية على حدة: مستند نظرية السلطة، مستند نظرية الحرية، مستند نظرية المسؤولية الاجتماعية، مستند النظرية السوفيتية، موقف الإسلام من الدراسات والبحوث في هذا الميدان، (الجانب المادي)، الجانب المعنوي، المرفوضات، تطبيق أساليب البحث الحديثة في مصر والبلاد العربية،

الباب الثاني، العملية الاتصالية: أركانها وشروط تكاملها، تمهيد، أركان العملية الإعلامية، شروط العملية الإعلامية

المصدر أو المرسل أو القائم بالاتصال، الدراسات والبحوث، نتائج الدراسات والبحوث، المصدر في ضوء الإسلام، المتلقي أو الجمهور، المذهب أو العقيدة، البحوث والدراسات، نتائج البحوث والدراسات، التعليم، العمر، الجنس، خصائص الشخصية، تحديد خصائص التقبل والمقاومة الشخصية، تحديد سمات الشخصية، المعلومات وأساليب الحصول عليها. المتلقي في ضوء الإعلام الإسلامي، الحرص على نعمة العقل الإنساني، كيف تستخدم نعمة العقل؟ إجابة على أسئلة الفطرة فيما وراء الطبيعة، توجيه المتلقي إلى البحث في الكون، العقل الإسلامي المذبوح، فوائد المحافظة على العقل الإسلامي وتنشيطه، التشريعات الإسلامية الثقافية وتكوين الشخصية الإسلامية، قواعد التعليم، قواعد توجيه الإنسان، الإسلام هو الحل، الحقوق والواجبات، الشخصية الأوروبية والضياع، الرسالة او مضمون وسائل الإعلام، الدراسات والبحوث نتائج الدراسات والبحوث، الوضوح: والتضمين أو الرمزية، تقديم البراهين والأدلة، عرض جانب أو جانبي الموضوع، ترتيب الحجج الإعلامية، استخدام الاتجاهات الموجودة وتأثير رأي الأغلبية التكرار بتنويع وتأثير تراكم التعويض، تصور المتلقي

للمصدر، المضمون الإسلامي ومميزاته عناصر المضمون الإسلامي ومكوناته، منهج العلم التجريبي، الإيمان بالله وبوحيه، أسلوب تقديم المضمون الإسلامي، لغة الداعي ورجل الإعلام في الدعوة إلى المضمون الإسلامي، الزمن في صالح الدعوة الإسلامية، منهج الباطل، النتيجة، البراهين والأدلة، أبو بكر، عمر، استمالة الناس عقلياً وعاطفياً، تحقيق الإنسان لذاته المكرمة من خلالها، سهولة تناولها والعمل بها، الاطمئنان إلى نتائجها في دينا الواقع، قدرتها على تغيير الطباع، وسائل الاتصال وأجهزة الإعلام، البحوث والدراسات، نتائج البحوث والدراسات، وسائل الاتصال في ضوء الإسلام، فعالية العملية الإعلامية كشرط عام، نتائج البحوث والدراسات عن التأثير وأهداف الإعلام، أهم التغيرات التي تحدثها وسائل الإعلام تدعيم الاتجاه القائم، مقدرة وسائل الإعلام على زيارة معلومات الأفراد عن مختلف الموضوعات، مقدرة وسائل الإعلام على إنشاء آراء عن الموضوعات الجديدة، العمل على تغيير الاتجاهات، بناء الإنسان وهدف الإعلام، للإسلام كلمته الحاسمة، إجراءات الإسلام العلمية لسلامة العملية الإعلامية بشكل عام،

الباب الثالث: وظائف الإعلام، وظائف الإعلام على وجه العموم، الإنسان الأول، تقويم فنون الإعلام المختلفة ووظائف كل فن، الإعلام الأخباري ووظائفه، ملخص المهام والوظائف التي تقوم بها الأخبار تلبية لاهتمامات الناس، المهام الإيجابية للأخبار، المهام السلبية، وظائف الأخبار في نظر الشرع الإسلامي، درس حادث الإفك

التعليق ووظائفه، التحقيق أو الحديث الصحفي، التحقيق أو الحديث الصحفي، المقال الإسلامي ،

الإعلام الثقافي: مفهوم الثقافة

مفهوم الثقافة الإسلامية ووظائفها، وظائف القصة في القرآن: مفهوم القصة

والمراد منها، قصة آدم عليه السلام، قصة ولدي آدم، قصة يوسف عليه السلام، وضوح الشخصية الإسلامية وتميزها قصة داود عليه السلام، الأمثال من القرآن، مثل القرية التي كفرت بأنعم الله، مثل صاحب الجنة ومحاوره، قصص القرآن وقضايا الإنسان، منهج علمي، تعليم وتربية، أخطاء وقعت بالخروج على هذا المنهج، الإسرائيليات ودرس اليهود، خلاصة: الإعلام وأدوات الحرب ووقائع الإنسان المعذبة، التخطيط الخفي، الواقع وهنا الأمر، التخطيط الخفي والإرهاب الإعلامي، علاقة اليهود بالشعوب ودور هذه العلاقة في السيطرة الإعلامية، مخطط اختيار النظريات الإعلامية، أسرار التناقض في بعض المجتمعات، الإسلام يرقى اهتمامات الناس، الإعلام الإسلامي يدرب الناس على حب الخير، ويحدد معنى الحرية ويحققها، خاتمة، الفهرست.

٨٣-الإعلام في العالم الإسلامي (الواقع ، المستقبل) : سهيلة زين الدين حماد

الطبعة الأولى، ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٣م مكتبة العبيكان ـ الرياض

مقدمة

الفصل الأول: الإعلام الإسلامي تعريفه.... خصائصه،

الإعلام لغة، التعريف العام للإعلام، تعريف الإعلام الإسلامي، خصائص الإعلام الإسلامي: ١- إعلام عقائدي، ٢- حق لكل مسلم ومسلمة، ٣- فرض كفاية، ٤- إعلام عام علني، ٥- إعلام بلا إكراه

الفصل الثاني:التحديات التي تواجه الأمة الإسلامية،

أولاً: العولمة، ثانياً: التنصير، ثالثاً: تحديات تواجه اللغة العربية، رابعاً: تحديات سيادة الإعلام المضلل على الساحة الدولية.

الفصل الثالث:الإعلام الإسلامي واقعه. مستقبله

واقع الإعلام الإسلامي، مستقبل الإعلام الإسلامي، ثبت المصادر والمراجع.

٨٤-الإعلام في المجتمع الإسلامي: حامد عبد الواحد

مكة المكرمة: رابط العالم الإسلامي، ١٤٠٤هـ، ١٣٨ص – (دعوة الحق،٣٣).

٨٥-الإعلام له تاريخه ومذاهبه: عبد اللطيف حمزة

(القاهرة:دار الفكر العربي ١٩٦٥)

مقدمة

القسم الأول: الإعلام – التعريف به وبوسائله

الفصل الأول: الإعلام ظاهرة فنية حديثة

الإعلام في صورته القديمة، الثورة الإعلامية الأولى او ظهور المطبعة، الثورة الثانية أو ظهور وكالات الأنباء، الثورة الثالثة أو ظهور الوسائل الإعلاميةالحديثة.

الفصل الثاني: تحليل وسائل الإعلام ما هي وسائل الإعلام بوجه عام، الخطبة، الندوة، الكتاب الراديو والتلفزيون، السينما والمسرح.

الفصل الثالث: الإعلام والعلوم والفلسفات التي بنى عليها، العلوم المتصلة بالإعلام ، الفلسفات التي بني عليها الإعلام، أنماط الإعلام.

الفصل الرابع: الفرق بين الإعلام والدعاية والتعليم والدعاية والتعليم.

القسم الثاني: صور من الإعلام في تاريخ الإسلام.

الفصل الخامس: نظرة في تاريخ بعض الدول الإسلامية من زاوية إعلامية.

الإعلام ومذاهب أهل السنة، الإعلام ومذاهب الشيعة، الإعلام والمعتزلة، ما نتائج هذا الاختلاف في طبيعة المعرفة

الفصل السادس: الإعلام والدعاية المذهبية في الدولة الفاطمية، ديوان الإنشاء، عقيدة الفاطميين، علم الباطن، عصمة الإمام، نظام الدعاية الفاطمية، درجات

الدعاة، وظائف الدعاة، معاهد التأهيل المذهبي للـدعــوة الإسلامية، مجلس من مجالس الحكمة في القصر الفاطمي، ودار العلم والحكمة.

الفصل السابع : الخطة الإعلامية في الحروب الصليبية.

الفصل الثامن: الإعلام في حرب السويس

فما هي الخطة الإعلامية التي اتبعت في حرب السويس(الصحافة، الإذاعة، مصلحة الاستعلامات).

القسم الثالث: نظريات الإعلام ومذاهبه.

الفصل التاسع: لماذا كان للإعلام مذاهب ونظريات

الفصل العاشر: النظرية الأولى: نظرية السلطة (كيف مارس الحكام خطتهم الإعلامية في ظل هذا النظام، القيود التـي فرضتها السلطة على وسائل الإعلام: قيد التراخيص، قيد الرقابـة، قيـد المحاكمات العامة، طريق الأموال السرية، قيد الضرائب)

الفصل الحادي عشر : الصحافة المصرية ونظرية السلطة(الصحافة المصرية ونظرية السلطة، التشريع العثماني الصادر في سنة ١٨٥٧ ، تشريع سنة ١٨٨١، قانون سنة ١٩١٠)

الفصل الثاني عشر: النظرية الثانية - نظرية الحرية: تطور المذهب الحر، فلاسفة المذهب الحر والأفكار التي وراء هذا المذهب :(جون ملتون، جون رسكين، جون ستيورات مل، جفرسون. المذهب الحـر، والصحافة، مدى ما تتقيد به الصحافة الحرة).

الفصل الثالث عشر: الصحافة المصرية ونظرية الحرية

كيف قاومت الحكومات المصرية حرية الصحافة(الأفكار والفلسفات التي وراء نظرية الحرية في مصر، جمال الدين الأفغاني،أحمد لطفي السيد)

الفصل الرابع عشر: النظرية الثالثة(نظرية المسؤولية الاجتماعية، حدود هذه النظرية)

الفصل الخامس عشر: الصحافة المصرية والمسؤولية الاجتماعية.

الفصل السادس عشر: الإعلام والمسؤولية الاجتماعية في الميثاق.

الفصل السابع عشر: النظرية الرابعة "النظرية السوفيتية في الإعلام" الأفكار التي وراء هذه النظرية، السلطة والقانون في نظر ماركس، التنظيم الاجتماعي في نظر ماركس، الدستور السوفيتي والتنظيم الاجتماعي، الحزب الشيوعي الواحد، الأسس التي بنيت عليها نظرية ماركس، الحرية والنظريةالسوفيتية، بين الصحافة السوفيتية وصحافة العالم الحر، الصحافة والإعلام في المجتمع السوفيتي، أنواع الصحف السوفيتية، الصحافة والتأميم في العالم السوفيتي.

خاتمة في الإعلام التطبيقي والمشروعات الإعلامية، الإعلام والدعاية الصهيونية، الوكالة اليهودية، الهستدروت، كيف نقاوم الدعاية الصهيونية؟، مشروعات نؤيدها تحققت وأخرى يراد لها التحقيق(المشروعات التي نؤيدها، المشروعات التي نقترحها)

٨٦-الإعلام موقف : محمود بن سفر

جدة:تهامة (١٤٠٢)

تطور الإعلام في سطور، الإعلام. مفهوم ومعنى، النظريات الإعلامية المعاصرة (نظرية السلطة أو التسلط، نظرية الحرية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، النظرية الشيوعية للإعلام، نظرية المسؤولية العالمية)، الإعلام الحديث بين النظرية والتطبيق، منطلقات الإعلام من منظور إسلامي، الإعلام في العالم العربي نظرة واقعية(التشكيك في القيم والمبادئ الإسلامية، هدم اللغة العربية ومعاناة التعريب، هدم الثقة في وسائل الإعلام)، غاية الإعلام في المجتمع العربي المسلم

الوظيفة الاجتماعية للإعلام العربي ومنهجه، فلسفتنا وكيف نحققها في الإعلام العربي؟ الإعلام العربي بين الحاضر والمستقبل.

الضجيج والسحر في الإعلام العربي، الإعلام .. موقف،وبعد، ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي، إحصاءات ثقافية (قطاع الإذاعة والتلفزيون، الصحف اليومية، الدوريات، الكتب المؤلفة والمترجمة ودور النشر، المكتبات، المتاحف)، بليوجرافيا، المراجع الأجنبية

٨٧-الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، محمد إبراهيم نصر،

(الرياض: دار اللواء للنشر والتوزيع ١٣٩٨)،

قائمة المحتويات، تمهيد، الإعلام بالدعوة ضروري، المآخذ التي تؤخذ على وسائل الإعلام، واجب الإعلام الإسلامي، سمات رجل الإعلام الإسلامي، ملتزم بتطبيق المنهج الإسلامي، الصدق، تحري الحقيقة، قوة الحجة، الغربية ووسائل الإعلام، النهج الجديد للإعلام الإسلامي، خاتمة، مراجع البحث، فهرس

٨٨-إعلام المجاهدين الأفغان: غلام بن صديق غلام

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة – (رسالة ماجستير)

٨٩-الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، مايؤثر فيه: يوسف محيي الدين أبو هلاله

عمان: مكتبة الرسالة الحديثة، ١٤٠٨هـ، ٨٣ ص

٩٠-الإعلام والبيت المسلم: فهمي قطب الدين النجار

الكويت: شركة الشعاع للنشر، لجنة مكتبة التراث، ١٤٠٥هـ، ١٨٧ص- (كتاب البيت،٥).

٩١-الإعلام والحرب النفسية في ضوء معايير الإسلام: فهمي قطب مصطفى نجار

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ - (رسالة ماجستير).

٩٢-الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي ؛ د. عبد القادر طاش،

مكتبة العبيكان – الرياض ، ط١ – ١٩٩٥ ، ١٧٢ صفحة.

تقديم

الإعلام والتغريب الثقافي

التحديات الحضارية في آسيا ودور الإعلام، الإعلام الإسلامي في مواجهتها

مسؤولية الصحافة الإسلامية في ترشيد مسيرة الصحوة

المعطيات الحضارية للإسلام ودور الإعلام في إبرازها

صورة الإسلام في الغرب كيف صنعت وكيف نغيرها؟

العرب في مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة

٩٣-الإعلام اليهودي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية: يوسف محيي الدين أبو هلالة

عمان: مكتبة الرسالة الحديثة، ١٤٠٨هـ، ١٠٣ص

٩٤-الإعلان من منطوق إسلامي: د. أحمد عيساوي

سلسلة كتاب الامة(٧١) قطر ١٤٢٠ ،سلسلة دراسات في الإعلام الإسلامي والرأي العام (١٣)

٩٥-الإعلان في وسائل الإعلام وضوابطه الإسلامية: أحمد عبد الفتاح ضليمي، إشراف صلاح محيي الدين، عبد الغني حماد

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٥هـ، ١١٩ ورقة (رسالة ماجستير)

٩٦-إمكانية استخدام تقنيات التلفزيون في إنتاج البرامج الدينية: يحيى بسيوني مصطفى

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ، بحث غير منشور مقدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج.

٩٧-إمكانية استخدام الوسائل التعليمية في إعداد البرامج الدينية وتقديمها: محمد رضا أمين

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ بحث غير منشور مقدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج.

٩٨-الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية، فهد عبد العزيز حمد الدعيج

الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، ١٤٠٦هـ، ٢٣٧ص.

٩٩- الأهداف الإعلامية في القصة القرآنية : محمد ناجي مشرح

(جدة: دار المجتمع ١٤١٢هـ)

المقدمة، الأهداف الإعلامية في القصة القرآنية، تمهيد، الأهداف التربوية، معنى التربية الإسلامية، الهدف التدعيمي، الأهداف التربوية التعميمية، الأهداف التعليمية، قيمة العلم الأهداف التعليمية، التدعيمية، الأهداف التعليمية التعميمية، الأهداف الأخبارية. الخاتمة، الخاتمة والنتائج، قائمة بأسماء المراجع، الفهرس.

١٠٠- أهمية العناصر المرئية وطرق عرضها في البرامج الدينية: إبراهيم إمام

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ بحث غير منشور مقدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج

١٠١- البث المباشر حقائق وأرقام : د.ناصر بن سليمان العمر

ط١ ١٤١٢هـ دار الوطن للنشر ـ الرياض

المقدمة تمهيد

البث المباشر: تعريفه، كيف يتم البث المباشر، أقمار البث المباشر، الجديد في البث المباشر.

آثار البث المباشر:

أولاً: الأثر العقدي، ثانياً: الأثر الثقافي والعلمي، ثالثاً: الآثار السياسية، رابعاً:الأثر الأمني، خامساً: الآثر الأخلاقي، سادساً: الآثر الاجتماعي، سابعاً: آثار أخرى

الوقاية: أولاً: لماذا مواقفنا دفاعية؟، ثانياً: التشويش على الأقمار، ثالثاً: منع الأجهزة، رابعاً: تطوير البرامج، خامساً: البث المضاد، سادساً: مواقف الدول، سابعاً: العلاج الممكن، الخاتمة.

١٠٢- بحوث في الإعلام الإسلامي :محمد فريد محمود عزت

(جدة: دار الشروق ١٤٠٣)

المقدمة

البحث الأول: توجيهات إسلامية لمقاومة الشائعات (مستمدة من القرآن والسيرة النبوية)،

مقدمة،تعريف الشائعة، أنواعها، نماذج منها، أنواع الشائعات، شائعات الأحلام والأماني بين مهاجري، الحبشة، في عمره القضاء. شائعات الكراهية، ضد رسول الله، بين الأوس والخزرج، بعد غزوة بني المصطلق، شائعات الإفك، حول توزيع غنائم هوزان. شائعات الخوف، توجيهات إسلامية لمقاومة الشائعات

البحث الثاني: توجيهات إسلامية لنشر اخبار الجريمة في الصحافة

مقدمة، نبذة عن الجريمة وتعريفها ومسؤولية الصحافة عن انتشارها، آراء المؤيدين والمعارضين لنشر أخبار الجريمة في الصحف،معالم قرآنية حول نظرة لإسلام الى الجريمة وتوجيهات ربانية لمحاربتها، قواعد نشر أخبار الجريمة في الصحافة النظيفة، الخاتمة، مصادر البحث

البحث الثالث: توجيهات إسلامية لنشر أخبار الجنس في الصحافة

مقدمة، مشاعر الجنس بين الواقعية الصادقة الهادفة والواقعية المنحرفة الهابطة، نظرة الإسلام للجنس وموقف الصحافة (النظيفة) على ضوئها من نشر قصص الجنس الأخبارية، توجيهات قرآنية لكيفية نشر قصص الجنس الأخبارية، الخاتمة، مصادر البحث، محتويات الكتاب

١٠٣- برامج الأحاديث الدينية التلفازية، إعدادها، تقديمها، إخراجها، خالد علي حسن أبو الخير

جدة: دار المجتمع، ١٤٠٩هـ، ١٤٩ص برامج الأحاديث الدينية التلفازية في القناة الأولى في تلفزيون المملكة العربية السعودية:خالد علي أبو الخير – المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة – (رسالة ماجستير)

١٠٤- البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية: دراسة لاستطلاع أثر البرامج الإسلامية في جمهور المستمعين: إعداد عادل بن عبد الله الفلاح، إشراف محمد كرم شلبي، عبد المجيد معاذ

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٧هـ، ٣جـ (٥٦٧ ورقة) – (أطروحة دكتوراه)

١٠٥- البرامج الإسلامية في التلفزيون السعودي: أحمد حسن محمد أحمد

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، هـ (رسالة ماجستير).

١٠٦- البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل، سيد محمد ساداتي الشقنيطي

(سلسلة ودراسات في الإعلام الإسلامي والرأي العام)ط٢- الرياض: دار عالم الكتب، ١٤١٢هـ

١٠٧- البرامج الدينية في الإذاعة اليمنية:إعداد محمد حمود النهاري، إشراف محمد أسامة صقر، أحمد محمد الخراط

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٦هـ، ١٦٨ ورقة (رسالة ماجستير)

١٠٨- البرامج الدينية المتقدمة من تلفزيونات الخليج:عبد القادر طاش

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ
بحث غير منشور متقدم إلى ندوة "تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج"

١٠٩- برامج القسم العربي في إذاعة إيران: عمر نصيب التهامي

المدينة المنورة: جامعة الإمام المعهد العالي (رسالة ماجستير)

١١٠- البرنامج التلفزيوني - كتابته ومقومات نجاحه ؛ فاروق ناجي محمود

دار الفجر -بغداد ؛ دار النفائس - عمان ، ط١ - ٢٠٠٧ " إصدارات مركز البصيرة"

تقديم : طه الزيدي

المقدمة

الفصل الأول:البرنامج التلفزيوني، مفهومه ومقومات نجاحه

مفهوم السيناريو

أنواع السيناريو

ما هو البرنامج التلفزيوني؟.

مفهوم البرنامج التلفزيوني

مكونات البرنامج التلفزيوني

مقومات نجاح البرنامج التلفزيوني

معيار نجاح البرنامج التلفزيوني

عوامل نجاح البرنامج التلفزيوني

العلاقة بين عوامل نجاح البرنامج التلفزيوني

ما هو البرنامج الناجح؟.

الفصل الثاني: خطوات كتابة سيناريو البرنامج التلفزيوني

تحديد الموضوع

الإجابة عن الأسئلة الأولية

تحديد الأدوات

طبيعة المستقبل

المحتوى

الأهداف

الطريقة

أساليب التقديم

المحاضرة – الحوار – الندوة – المسابقة –التقرير التلفزيوني – التحقيق التلفزيوني – التمثيلي – الاستفتاء

تهيئة اللوكيشن

التصوير، أجزاء الفلم، أنواع اللقطات، أنواع الحركة، موجودات الكادر، الإضاءة، المونتاج، وسائل المونتاج، أنواع الانتقال، أنواع الربط، أنواع المونتاج، المكساج،الإيقاع، العوامل المؤثرة في الإيقاع، عمل الملاحق، الفهارس.

١١١- بصمات على ولدي:طيبة اليحيى

ط٢، معدلة ومزيدة – الكويت:مكتبة المنار الإسلامية، الثقبة، السعودية: دار الهجرة، ١٤٠٩هـ، ٩٠ص.

١١٢- بعض قضايا المسلمين والمسيحيين في إذاعة لندن: دراسة تطبيقية على برامج الأخبار والأحاديث من ١٢/ ١١/ ١٤٠٦هـ. ١٢/ ١٢/ ١٤٠٦هـ: محسن محمد علي عطية

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٦هـ ٢٠٠ورقة + ملاحق. (رسالة ماجستير)

١١٣- بيان جاكرتا، مؤتمر الإعلام الإسلامي – مكة المكرمة: رابطة العالم الإسلامي،

١٤٠٠هـ، ، ٢٤٤ص انظر أيضاً: ميثاق جاكرتا الإسلامي

١١٤- بين التعليم والإعلام:محمد الأمين الشقنيطي

الرياض: مطابع دار الهلال، د. ت، ٣٨ص- (من وحي الإسلام،٦).

١١٥- التأصيل الفقهي لقضايا الإعلام/ تنظيم الشركة الإعلامية العربية/ جدة،

ندوة اقرأ الفقهية الإعلامية الخامسة ١٤٢٣هـ مكة المكرمة (١٤٢٣/ ٢٠٠٢م) ١٨٧ ورقة

١١٦- تاريخ الصحافة الإسلامية: أنور الجندي

القاهرة: دار الأنصار، جـ١: ١٤٠٣هـ، جـ٢: ١٤٠٦هـ

١١٧- تاريخ الصحافة الإسلامية:تأليف يونس الشيخ إبراهيم السامرائي

بغداد: مطبعة الامة، ١٤٠٥هـ، ٨٣ص.

١١٨- تجديد الخطاب الإسلامي الشكل والسمات/ عبد الكريم بكار

، ط١/ ١٤٢٦هـ/ ٢٠٠٥ ٢٦١ صفحة.

١١٩- تجربة الصحافة الإسلامية في الأردن في الخمسينات: صحيفة الكفاح الإسلامي: تأليف زياد أبو غنيمة

الكويت: دار الوثائق، ١٤٠٦هـ، ١٠٧ص.

١٢٠- التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام : محمود كرم سليمان

(المنصورة:دار الوفاء١٤٠٩)

مقدمة عامة .(حول منهج البحث)، تمهيد: المراد بالتخطيط، الإعلام ظاهرة اجتماعية، مفهوم التخطيط ومفهوم الإعلام، التخطيط ونظريات الإعلام(نظرية الحرية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، نظرية السلطة، النظريةالسوفيتية الاشتراكية)، مستويات تخطيط الإعلام، خطوات تخطيط الإعلام(إعداد البحوث وجمع البيانات التخطيطية، تحديد الأهداف الإعلامية، رسم السياسة الإعلامية، إعداد الخطة الإعلامية، تنفيذ الخطة الإعلامية، متابعة تنفيذ الخطة الإعلامية، تقويم الخطط الإعلامية).

الباب الأول: أهداف تخطيط الإعلام الإسلامي وسياسته

الفصل الأول: المراد بتخطيط الإعلام الإسلامي

المراد بالإعلام الإسلامي، تعريف مختار للإعلام الإسلامي، مفهوم التخطيط في الإسلام، تعريف تخطيط الإعلام الإسلامي.

الفصل الثاني: أهداف تخطيط الإعلام الإسلامي الهدف العام، الأهداف الفرعية، بناء نظرية للإعلام الإسلامي، تحديد غايات مثلى للخطط الإعلامية، رسم سياسات إعلامية فعالة، إعداد خطط إعلامية مثلى وتنفيذها.

الفصل الثالث: سياسات تخطيط الإعلام الإسلامي

المراد بسياسات تخطيط الإعلام الإسلامي، أسلوب رسم السياسات الإعلامية الإسلامية، السياسات العامة للتخطيط الإعلامي الإسلامي(الالتزام بالفكر الإسلامي، الاستمساك بالنهج الأمثل، الاستعانة بالعام الاصلح، استخدام الوسيلة، المجالات العامة للتخطيط الإعلامي الإسلامي).

الباب الثاني: نظرية الإعلام الإسلامي

الفصل الأول: المراد بنظرية الإعلام الإسلامي

أهمية البحث العلمي في مجال الإعلام الإسلامي، تعريف نظرية الإعلام الإسلامي.

الفصل الثاني: إطارالبحث لبناء نظرية الإعلام الإسلامي

العنصر الأول: المرسل(حقوق وسلطات ومسؤوليات وصفات المرسل، القوى العقدية والاجتماعيةالمؤثرة على المرسل، الضغوط المهنية التي تؤثر على المرسل)،

العنصر الثاني: الرسالة الإعلامية الإسلامية(مضمون الرسالة، اساليب معالجتها، وسائل التعبير عن الرسالة ، العنصر الثالث: الوسيلة الإعلامية ((حاجة الإنسان إلى وسائل الإعلام، أقسام وسائل الإعلام الإسلامي، الوسائل التي استخدمها الإسلام ومقدرتها الإقناعية، حكم الإسلام في استخدام وسائل الإعلام المستخدمة).

العنصر الرابع : المستقبل : (حقوق المستقبل وحاجاته ورغباته ، القوى الذاتية

والاجتماعية المؤثرة على متلقي الرسالة، أقسام جمهور المستقبلين ، الرأي العام الإسلامي).

الباب الثالث : الخطط الإعلامية.

الفصل الأول : الخطط العامة للإعلام الإسلام : الأهداف العامة، سياسات الخطة العامة، البرامج والمشروعات.

الفصل الثاني : خطة الإعلام الأخباري

الأهداف والسياسات(أهداف خطة الإعلام الأخباري ، سياسات الإعلام الأخباري)، البرامج والمشروعات.

الفصل الثالث : خطة الإعلام برسالة الإسلام وتراثه: الأهداف والسياسات(أهداف خطة الإعلام برسالة الإسلام ، سياسات خطة الإعلام برسالة الإسلام البرامج والمشروعات.

الفصل الرابع : خطة الترويح في الإعلام الإسلامي: أهداف خطة الترويح في الإعلام الإسلامي(أهداف خطة الترويح في الإعلام الإسلامي ، سياسات الترويح في الإعلام الإسلامي البرامج والمشروعات)، الخاتمة.

١٢١- التربية الإسلامية في صحافة الطفل: دراسة تطبيقية على مجلة ماجد الخليجية للفترة من ١/ ٧/ ١٤٠٤هـ الى ٣٠/ ١٢/ ١٤٠٤هـ: أسامة محمد علي مشعل

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ، ١٤٨ ورقة (رسالة ماجستير)

١٢٢- الترويج في الإذاعة والتلفاز في ضوء الإسلام: إعداد أحمد محمد العجل، إشراف محمد عبد الله أبو الفتح البيانوني، عبد الصمد دسوقي

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٧هـ، ٢٢٧ ورقة (رسالة ماجستير).

١٢٣- التصور الموضوعي لدراسة الإعلام الإسلامي :سيد محمد ساداتي الشنقيطي

الرياض: دار عالم الكتب، ١٤٠٦هـ، ١٤٧ص – (دراسات في الإعلام الإسلامي والرأي العام،٤)

١٢٤- التعبئة الإعلامية في الحروب الصليبية: أحمد الدسوقي سرور

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ (رسالة ماجستير)

١٢٥- التفسير الإعلامي لصحيح البخاري: د. محمد منير حجاب ،

القاهرة – دار الفجر – ١٤١٥ هـ .

١٢٦- تقويم إذاعة القرآن الكريم السعودية: دراسة استطلاعية لآراء الجمهور: نور الحق إبراهيم محمد صديق

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة (رسالة ماجستير)

١٢٧- التلفاز ودوره في عملية التغيير الاجتماعي: عيد بن مبارك آل زغير

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٦هـ (أطروحة دكتوراه)

١٢٨- التلفزة المغربية والغزو اللغوي الصليبي الفرنسي للمغرب: إدريس الكتاني

الرباط: نادي الفكر الإسلامي، ١٤٠٦هـ، ٣١ص

١٢٩- التلفزيون بين المنافع والأضرار، عوض منصور

ط٢ – الزرقاء، الأردن: مكتبة المنار، ١٤٠٥هـ، ٧٧ص، ط٤ – الزرقاء، الأردن: مكتبة المنار، ١٤٠٩هـ، ٧٢ص

١٣٠- التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية: سعيد بن مبارك آل زعير.

جدة: دار الشروق، فسح ١٤٠٧هـ، ٢٩٨ص

١٣١- التمثيلية التلفازية واستخدامها في مجال الدعوة: محمد بن حسن هادي الأعرجي

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٦هـ، ٢٧٢ ورقة (رسالة ماجستير)

١٣٢- التنصير ووسائل الإعلام في إندونيسيا: سوهيري إلياس نور الدين، إشراف صلاح محيي الدين، إبراهيم عكاشة

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٥هـ، ١٥٥ ورقة(رسالة ماجستير).

١٣٣- توجيهات إلى أصحاب الفيديو والتسجيلات: تأليف عبد الله بن جار الله الجار الله

ط٢- د. م. د. ن، ١٤٠٦هـ، ٤٦ص

١٣٤- التوجيه الصحي في الإعلام الإسلامي: محمد أنور المعتصم البارودي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ (رسالة ماجستير)

١٣٥- التيار الديني والسياسة المصرية تجاه إسرائيل: دراسة تحليلية لمجلة الدعوة المصرية ١٩٧٧-١٩٨١م: أحلام السعدي فرهود،

القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٤٠٧هـ، (رسالة ماجستير)

١٣٦- التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية : يحيى بسيوني مصطفى وعادل الصيرفي

(الرياض: عالم الكتب ١٤٠٥)

تقديم، مقدمة، أهمية الاتصال ووسائله في المجتمعات النامية،

تعريف بعلم الاتصال، تحديد عناصر العملية الاتصالية، تعدد رسائل الاتصال، التلفزيون الإسلامي، ماهية التلفزيون الإسلامي، سمات التلفزيون الإسلامي، شروط إقامة التلفزيون في المجتمع الإسلامي، التزام التلفزيون بقواعد الرأي العام الإسلامي، تكوين الرأي العام، تعريف الرأي العام عموماً، الرأي العام الفاضل عناصره، التنمية وبناء الإنسان، الإسلام والمنهج التنموي للإنسان والمجتمع، مفهوم التنمية، أسس التنمية، نحو مفهوم إسلامي متميز للتنمية، أهداف التنمية في نظر التلفزيون الإسلامي، عناصر التنمية في التلفزيون الإسلامي، الاتجاهات التطبيقية لتحقيق التنمية، الأنماط والنماذج التطبيقية، اليوم التالي.. يهز أمريكا، التلفزيون بين الاستمالة والإقناع، مجال محو الأمية والبرامج التعليمية ، مجال ترسيخ القيم والبرامج الدينية البنائية، مجال الوعي الصحي والبرامج الطبية المبسطة، مجال التوعية الاقتصادية وبرامج المرأة، مجال التوعية الزراعية وبرامج تحسين المحاصيل وتطوير الثروة الحيوانية، تخطيط البرامج للتلفزيون الإسلامي، الإعداد توفر المعلومات العلمية، تصميم البرامج، مراعاة الخصائص السيكولوجية للجمهور، كتابةالبرامج والنصوص، بعض المصطلحات التلفزيونية، المنوعات والأخبار والبرامج التسجيلية، برامج المنوعات، الأخبار والبرامج الأخبارية، البرامج والأفلام التسجيلية، البرامج الثقافية، ماذا تعني البرامج الثقافية؟، الفرق بين البرامج الثقافية والبرامج العلمية والتعليمية، أشكال البرامج الثقافية، برامج الزراعة والصناعة، الأسس التي تحكم وضع الخطة، العناصر والمكونات، البرامج المستوردة وأخطارها، البرامج المستوردة، الخطر العقائدي، البرامج المستوردة والتطلع والتقليد، البرامج المستوردة وتيارات الغزو الفكري، برامج المرأة والأسرة، برامج الأطفال، البرامج الترويجية، البرامج الرياضية، أثر الدراما التلفزيونية، الإخراج، التلفزيون الإسلامي والوسائل المعنية، المذيع مقدم البرامج، الاستوديو،

الإضاءة، الديكور، الصوت، المكياج، المؤثرات المرئية والصوتية، قائمة الملاحق، السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية، لقطة عن المكتبة الناطقة (نموذج سيناريو)، كشف تفريغ متطلبات العمل (ديكور)، قائمة المراجع، محتويات الكتاب.

١٣٧- الثبات الخلقي بين الإعلام الإسلامي والإعلام المعاصر: أعدها أحمد علي قرة، بإشراف مصطفى حسين كمال

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٥هـ، ٣٠٦ ورقة، (رسالة ماجستير)

١٣٨- الجانب الإعلامي في خطب الرسول(صلى الله عليه وسلم) : محمد إبراهيم محمد إبراهيم

(بيروت: المكتب الإسلامي ١٤٠٦)

كلمة الباحث، تقديم، التمهيد، مقدمة (حول منهج البحث)، تعاريف الإعلام، نظريات الإعلام، نظرية السلطة، نظرية الحرية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، النظرية السوفيتية، الإعلام الصهيوني.

الباب الأول: الخطب الدورية

الفصل الأول: خطبة الجمعة

تعريفها، مكانتها في الإسلام، أحكامها ودلالالتها الإعلامية ، فرضيتها، على من تجب، وقتها، اهتمام الإسلام بها، الغسل يوم الجمعة، من آداب الذهاب إلى الجمعة، ما كان يفعله الرسول على المنبر، الخطبة على المنبر وهو قائم التوكؤ على قوس أو عصا، ثواب التبكير، مواجهة الناس بوجهه صلى الله عليه وسلم، رفع الصوت في الخطبة، السلام على الناس من فوق المنبر، الرد على أسئلة الناس، ما تميزت به خطبة الجمعة، الخطبة بعد الأذان، الخطبة قصداً، الخطبة على المنبر، خطبة الجمعة خطبتان

بينهما جلسة، بداية الخطبة بالحمد ثم الموعظة، القراءة من كتاب الله، من آداب حضور الخطبة.

خطبة الرسول في أول جمعة جمعها بالمدينة(تمهيد سند الخطبة، متن الخطبة، تحليل الخطبة(التركيز على مضمون الخطبة، خطب: ضرورة تحية المسجد يوم الجمعة، الاغتسال للجمعة، الجمعة عيد المسلمين)، عجز الناس عن عمل كل ما يؤمروا به، ساعة الاستجابة يوم الجمعة، (القاعدة في تناول هذه الخطب: الموضوع، التعقيب، الجانب الإعلامي).

الفصل الثاني : خطبة عيد الفطر

تعريفها ، المظاهر الإعلامية المصاحبة للعيد(اعتناء المسلمين بمظهرهم، الذهاب إلى العيد ماشياً، التكبير في الطريق إلى العيد ورفع الصوت، صلاة العيد وخطبة العيد في المصلى، خروج زوجات الرسول إلى المصلى)، خصائص خطبة العيد(الخطبة سنة لا يجب حضورها، الخطبة في العيد خطبتان والإكثار من التكبير).

الفصل الثالث: خطبة يوم عيد الأضحى المبارك

الهدف منها، الخطبة، الجانب الإعلامي، خطبة فرض الحج مرة في العمر، بماذا تشترك الصلاة والخطبة في عيد الأضحى مع الصلاة والخطبة في عيد الفطر(الصلاة في المصلى، لبس أفخر الثياب، الاغتسال، الخروج ماشياً، التكبير، الصلاة بدون أذان، عدد الركعات، الخطبة عقب الصلاة، الخطبة بدون منبر، مخالفة الطريق في العودة، الترخيص بعدم الجلوس للخطبة، إذا اجتمع العيد والجمعة)، بماذا يختلف عيد الأضحى عن عيد الفطر(الحكمة من مشروعية الأضحية، تعقيب، مشروعية الاضحية، تحريم اللحوم الضارة، جعل الأضاحي في متناول المحتاجين).

الفصل الرابع: خطب المناسك في الحج

خطبة يوم عرفة(تقديم، ما تميزت به، نص الخطبة، نص آخر لخطبة الوداع، ما يستفاد

من خطبة عرفات، حقوق الزوجة وحقوق الزوج، العلاقة بين الفرد و جماعته، الكبرى من الأمة، تنبيه السامعين إلى ما أقرّه القران في الميراث، إرساء قواعد مهمة في شرعية الأبناء، تعقيب)، خطبة يوم النحر الثاني في منى ما اختصت به خطبتي المناسك أو أول أيام التشريق(ما تكشف عنه الخطب الدورية من بلاغة الرسول، سنة الرسول في خطبته مكان الخطبة، ما كان يطرأ عليه وهو يخطب، افتتاح خطبه بحمد الله)، ما تنفرد به الخطب الدورية(خطبة الجمعة، خطبة عيد الفطر، خطبة عيد الأضحى في المدينة، خطب المناسك في الحج).

الباب الثاني:الخطب النبوية الطارئة.

الفصل الأول: الخطب النبوية الطارئة.

خطب تتعلق بالعقيدة (٤ خطب)، وأنذر عشيرتك الأقربين: تعقيب، الجانب الإعلامي.(وبقية الخطب على نسقها تقريباً إلى نهاية الفصل)، خطب تتعلق بالعبادات (٤ خطب)، خطب تتعلق بالحدود (٣ خطب)، خطب تتعلق ببعض الاحكام الفقهية (١٠ خطب)

(مثال بارز) : الرشوة تحريم هدايا العمال(تعريف الهدية لغة، اصطلاحاً، متى تقبل الهدية، متى تحرم، عن هدايا القضاة، استرداد ما أخذه من هدايا بغير حق، صور أخرى من صور الهدايا أثر الرشوة في المجتمع، كيف عالج الرسول داء الرشوة، ما يستفاد من الخطبة)، خطب تتعلق بالغزوات وآدابها وأخبارها (٨ خطب)، خطب في موضوعات متفرقة (٣ خطب) .

الفصل الثاني: الخطب النبوية العامة.

تعريفها، تصنيف الخطب النبوية العامة، خطب تتعلق بالتوحيد (٣ خطب)، خطب تتعلق بالعبادات (٤ خطب) ، خطب تتعلق بالحلال والحرام (٤ خطب)، خطب تتعلق بمناقب الصحابة (خطبتان)، خطب تتعلق بالفتن (٥ خطب)، نبوءات الرسول صلى الله عليه وسلم (خطبتان) ، خطب في موضوعات متفرقة

(١٠ خطب)

الباب الثالث: خصائص الخطب النبوية والجوانب الإعلامية.

الفصل الأول: خصائص الخطب النبوية، الخصائص العامة(خصائص إعلامية، خصائص الأسلوب الخطابي، وصف الجاحظ لأسلوب الرسول البياني).

الخصائص الخاصة للخطب النبوية.

خصائص الخطب الأسبوعية، الخطب السنوية، الخطب الطارئة، الخطب العامة، (خصائص عامة، وبلاغية)

الفصل الثاني: الجوانب الإعلامية المستنبطة من الخطب النبوية.

تمهيد:(المسجد مركز إعلامي وتربوي، أسس خطبة الجمعة، ما يفضل في خطبة الجمعة، خطبة الجمعة ورسالة المسجد، الجوانب الإعلامية في شعار الصلاة، مكتبات المساجد ودورها الإعلامي، دور المسجد في نشر آصرة الأخوة والمحبة بين المسلمين).

الخصائص الإعلامية لخطبة الجمعة:(خاصية التكرار، الخطبة وسيلة سمعية بصرية، الإيجاز والوضوح، خطبة الجمعة بمثابة جهاز إعلامي يستفد منه الإعلام الصهيوني، المظاهر الإعلامية لخطبة الجمعة، الأثر الإعلامي لمواقيت الصلاة).

الجوانب الإعلامية المستنبطة من خطبة عيد الفطر وما يصاحبها من مظاهر إعلامية، الجوانب الإعلامية المستنبطة من خطبة عيد الأضحى، الجوانب الإعلامية المستنبطة من خطبة عرفات.

الجوانب الإعلامية المستنبطة من خطبتي يوم النحر الأول والثاني في منى:(تحليل المشهد الإعلامي في الحج: الحشد على عرفة، لباس الحجيج، وسائل الاتصال، الرمل في الطواف، التلبية، اللقاءات الجماعية للمسلمين مجال رجل الإعلامي الإسلامي).

الجوانب الإعلامية المستنبطة من الخطب النبوية الطارئة، الجوانب الإعلامية المستنبطة من الخطب النبوية العامة.

نتائج البحث، الخاتمة، مراجع البحث، فهرس الرسالة

١٣٩- الجانب الإعلامي في دعوة الشيخ محمد بن عبد الوهاب: رجب حجازي محمد حجازي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ (رسالة ماجستير)

١٤٠- جريدة المسلمون: دراسة تحليلية: عبد الله بن مانع التويم، إشراف محمد منير حجاب

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٧هـ، ١٤٣ ورقة (رسالة ماجستير).

١٤١- جرائم الصحافة والنشر في ضوء القضاء والفقه:عبد الحميد الشواربي

الإسكندرية، منشأة المعارف

١٤٢- الجهاد الإعلامي ، تأصيل وتفعيل : عبد الرحمن الرواشدي،

العراق - منشورات وكالة حق الأخبارية

الفهرست التفصيلي

تقديم، المقدمة

الباب الأول: التأصيل للجهاد الإعلامي

الفصل الأول: الجهاد في سبيل الله تعالى

مكانة الجهاد ومنزلته ، مقاصد الجهاد، تشريع الجهاد، حكمه وأنواعه، جهاد طلب وجهاد الدفع، صور الجهاد في سبيل الله: الأولى: الجهاد بالنفس ، الثانية:الجهاد

بالمال، الثالثة: الجهاد باللسان

الفصل الثاني:الإعلام

وظائفه، وظيفة إخبارية معرفية ، وظيفة تعليمية تنموية ، وظيفة إقناعية تغييرية، وظيفة ترفيهية ، وظيفة إعلانية

تعريف الإعلام، الإعلام الجهادي ، تعريف الإعلام الإسلامي، حكم الإعلام الإسلامي،

وظائف الإعلام الإسلامي: وظيفة دعوية، وظيفية إخبارية، وظيفة علمية وتربوية، وظيفة اجتماعية

أهمية الإعلام الجهادي ، تعريف الإعلام الجهادي ، الجهاد والإعلام: قواسم مشتركة.

الباب الثاني : تفعيل الإعلام الجهادي

الفصل الأول: تفعيل عناصر الإعلام وأركانه:

العنصر الأول: الرسالة الإعلامية

المسلك الأول: المنهجية العامة ، قراءة في منهجية المجاميع، الدوافع للقتال في العراق، دوافع وطنية، دوافع انتقامية، دوافع إسلامية ، الدوافع المتعددة

الهوية الإسلامية، شرعية الجهاد ، أهداف الجهاد، الموقف من الجماعات الأخرى،

العملية السياسية، الحرس والشرطة والمغاوير والجيش، التكفير وحرمة الدماء

المسلك الثاني: محتوى الرسائل الإعلامية المباشرة

الدقة في صياغتها، الإيجاز غير المخل، الصدق والوضوح، المواكبة

العنصر الثاني:المرسل ، المرسل أو المصدر الجهادي

العنصر الثالث: المستقبل أو المتلقي

العنصر الرابع: الوسيلة الإعلامية

أولاً: الوسائل الشفهية، الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي أو المجتمعي ، الخطابة، المحاضرة، الندوة والملتقى، المساجد والجهاد الإعلامي، قبل الاحتلال

بعد الاحتلال وفي أثناء حكومة علاوي، حكومتا الجعفري والمالكي، العلماء والخطباء إعلاميو الجهاد

ثانياً: الوسائل المرئية ، القنوات الفضائية، الاصدارات المرئية،

ثالثاً: الوسائل المسموعة

رابعاً: الوسائل المقروءة ، البيانات، المجلات ، أسماء المجلات الجهادية، المطبوعات

خامساً: الوسائل الشاملة (الإعلام الالكتروني)، المواقع الالكترونية، المواقع الرسمية، المواقع المشتركة، الاصدارات الالكترونية:

العنصر الخامس: الاستجابة للرسالة الإعلامية، من صور الاستجابة للرسالة الجهادية

الفصل الثاني: مواجهة حروب الإعلام الدعائية

أولاً: الحرب النفسية، المعنويات هدف الحرب النفسية، أهمية الروح المعنوية، أهداف الحرب النفسية، الحرب النفسية والجهاد في العراق، منافقو الجهاد والحرب النفسية،

ثانياً: حرب الشائعات ، خطورتها، أنواعها، مقاومة الشائعات، المسؤولية الجماعية، القيادة الحاسمة، حصر الشائعة

ثالثاً: حرب المصطلحات، الإرهاب – المقاومة - الجهاد: سقوط النظام – سقوط بغداد - احتلال العراق : أسماء المعارك الأمريكية – أسماء المجاميع الجهادية – أسماء الاصدارات الجهادية.

كيف يواجه الإعلام الجهادي هذه الحروب

الخاتمة،مصادر البحث

الملاحق

الملحق الأول: الجماعات الجهادية في العراق

أولاً: أهم الجماعات الجهادية في العراق

ثانياً :فصائل جهادية أخرى أصغر من الجماعات الأولى

ثالثاً:مجاميع ظهرت أسماؤها ثم انحسرت بسبب انضمامها الى المجاميع الكبرى أو اندثارها، وأخرى ظهرت حديثاً وأغلبها انفصلت عن غيرها:

الملحق الثاني: منهجية أشهر الجماعات الجهادية في العراق

الملحق الثالث: بعض البيانات السياسية للجماعات الجهادية

١٤٣- جواز المثل والتمثيل من السنة والتنزيل: محمد حسين

الإسكندرية، دار المدائن، ١٤١٣هـ، ٣٩ص

١٤٤- الجوانب الإعلامية في حياة الرسول صلى الله عليه وسلم: مرحلة الإعداد والممارسة العامة في مكة :عبد الوهاب كحيل

[الإسكندرية]: دار الهداية، ١٤٠٧هـ، ٣٠٤ص

١٤٥- الجوانب الإعلامية في القصص القرآني: أحمد ناجي مشرح

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة – (رسالة ماجستير).

١٤٦- الحرب النفسية ضد الإسلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم في مكة ؛ تأليف عبد الوهاب كحيل

بيروت: عالم الكتب، ١٤٠٦هـ، ٣٣٤ص.

١٤٧- الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام سعيد بن علي بن ثابت

/ ١٣٦٩هـ،ط٢/ ١٤١٤هـ/ ١٩٩٣، ١٨٢ صفحة.

١٤٨- حرية الرأي في الإسلام: المضمون والمحدود، محمود يوسف مصطفى

القاهرة: مكتبة غريب، ١٤٠٩هـ، ١٦٢ص

١٤٩- الحقوق الإعلامية للقائم بالاتصال وضوابطها في ضوء الإسلام: إعداد حسن محمد ثابت الحسن، إشراف محمد فريد عزت، عبد المجيد معاذ،

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٦هـ، ٢٠١ ورقة (رسالة ماجستير)

١٥٠- الحقيقة الغائبة في دراسة الصحافة الدينية: رؤية نقدية في ضوء آراء الدكتور أحمد حسين الصاوي:حماد إبراهيم حامد

القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية،

١٥١- حكم الإسلام في وسائل الإعلام:عبد الله ناصح علوان

– ط٥ – القاهرة: دار السلام، ١٤٠٥هـ، ١٠٢ص – (بحوث إسلامية هامة،٦)
ط٦ – القاهرة: دار السلام، ١٤٠٧هـ، ١٠٢ص...

١٥٢- حكم التمثيل في الدعوة إلى الله: تأليف أبي عبد الرحمن عبد الله محمد آل هادي.

–[السعودية: ؟]، ١٤١٠هـ، ١٢٤ص

١٥٣- الخبر الصحفي بين الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي: دراسة مقارنة: أعده

عبيد بن عبد الله السحيمي، إشراف حسين قاسم، يوسف خضر

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٢هـ، ١٠٨ ورقة (رسالة ماجستير)

١٥٤- الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية : كرم شلبي

القاهرة : ــ ١٩٨٤

مدخل : نحو تأصيل إسلامي للدراسات الإعلامية

الباب الأول : الفصل الأول : مفهوم الخبر، نظرية السلطة ومفهوم الخبر(المدرسة الحرفية أو المهنية ، مدرسة الإثارة الصحفية)، نظرية المسؤولية الاجتماعية ومفهوم الخبر، مفهوم الخبر في النظرية السوفيتية(مدرسة التوجيه العقائدي او المذهبي)

الفصل الثاني : الخبر كما ورد ذكره في القرآن، النبأ والخبر

الباب الثاني: الفصل الأول : مصادر الخبر(مصادر خاصة أو ذاتية ، عامة أو خارجية)

الفصل الثاني : المصادر الخاصة أو الذاتية

المندوب الصحفي أو مندوب الأخبار (أهمية المندوب ، أنواع المندوب ، مصادر المندوب، المندوب في موقع العمل الأخباري، كيفية الحصول على الأخبار)، المراسل الصحفي، مراسل المهمات الخاصة(عمل المراسل ، مصادر المراسل وصفاته).

الفصل الثالث : المصادر العامة أو الخارجية

وكالات الأنباء ، الراديو والتلفزيون، الصحف المحلية والأجنبية، الوثائق، النشرات والكتب، أصحاب المصلحة الخاصة في نشر أخبارهم ،الوكالات الصحفية الخاصة.

الفصل الرابع : الضوابط الإسلامية لعمل المندوب والمراسل

التيقن من صدق الخبر، الالتزام بالصدق في نقل الخبر ،مراعاة مصالح المسلمين،

حجب أي خبر فيه إشاعة للفاحشة، الالتزام بحفظ ما يؤتمن عليه من أسرار ، الحصول على الأخبار بالوسائل المشروعة.

الباب الثالث : أنواع الأخبار والاعتبارات التي تتحكم في اختيارها

الفصل الأول : أنواع الخبر: الأخبار وفقاً لاعتبار المكان، أنواع الخبر وفقاً لاعتبار الزمن، أنواع الخبر وفقاً لاعتبار الموضوع، أنواع الخبر على أساس ما يقدمه القارئ، أنواع الخبر وفقاً لاعتبارات مهنية، بالونات الخبر.

الفصل الثاني : الاعتبارات التي تتحكم في اختيار الخبر: عناصر الخبر، الاعتبارات السياسية والمهنية .

الباب الرابع : وظائف الخبر

الفصل الأول : تطور وظائف الخبر(الخبر في عصر الدوائر الالكترونية)

الفصل الثاني :وظائف الخبر في منهج الإعلام الإسلامي: الخبر والشائعة

الباب الخامس : الطرق الفنية لتحرير الأخبار

الفصل الأول : طرق وقوالب صياغة الخبر(نموذج للخبر البسيط ، نموذج للخبر المركب، القوالب أو الاشكال الفنية للخبر، الهرم المقلوب ،قالب الهرم المقلوب المتدرج ، قالب الهرم المعتدل

الفصل الثاني : تحرير المقدمة والعنوان: تحرير المقدمة ، تحرير العنوان .

الفصل الثالث : لغة الخبر وقواعد صياغته : المصادر والمراجع، المحتوى، الفهرس

١٥٥- الخطاب الإعلامي في الصحافة الإسلامية العراقية :محمد حمود حسن

جامعة بغداد ٢٠٠٤م (رسالة ماجستير)

المقدمة

الباب الأول: الفصل الأول

أولاً، أهمية البحث،ثانياً، مشكلة البحث، ثالثاً، الدراسات السابقة، رابعاً، فروض البحث، خامساً، منهج البحث،سادساً، المفاهيم المعتمدة في البحث.

الفصل الثاني الخطاب الإعلامي والخطاب الإسلامي

المبحث الأول: الإعلام والخطاب الإعلامي، أولاً،الإعلام، ثانياً، الخطاب، ثالثاً، الخطاب الإعلامي.

المبحث الثاني: الخطاب الإعلامي والخطاب الإعلامي الإسلامي

أولاً، الخطاب الدعوي الإسلامي، ثانياً، عناصر الاتصال في الخطاب الدعوي الإسلامي.

المبحث الثالث: الخطاب الإعلامي الإسلامي المعاصر

أولاً، الإعلام والإسلام، ثانياً، مفهوم الإعلام الإسلامي، ثالثاً، خصائص وسمات الخطاب الإعلامي الإسلامي.

الفصل الثالث :الخطاب الإعلامي في الصحافة الإسلامية

المبحث الأول: الصحافة الإسلامية، أولاً، التعريف، ثانياً، الصحافة المتخصصة والصحافة الإسلامية، ثالثاً، تاريخ الصحافة الإسلامية، رابعاً، وظائف الصحافة الإسلامية، خامساً، الضوابط المهنية لعمل الصحافة الإسلامية، سادساً، مصادر الصحافة الإسلامية.

المبحث الثاني: السياسة الإعلامية والصحافة الإسلامية، أولاً، الصحافة الإسلامية والحرية، ثانياً، الخطاب الإعلامي والسياسة الإعلامية في العراق.

الباب الثاني الدراسة الميدانية

الفصل الرابع إجراءات البحث وأدواته، إجراءات تحليل المضمون

الفصل الخامس تفسير نتائج الجداول

الفئات الصحفية في الخطاب الإعلامي لمجلة الفتوى والصفحة الإسلامية لجريدة العراق

المبحث الأول: الفئات الصحفية في الخطاب الإعلامي لمجلة الفتوى

المبحث الثاني: الفئات الصحفية في الخطاب الإعلامي للصفحة الإسلامية في جريدة العراق

الفصل السادس: الفئات الصحفية الرئيسية في الخطاب الإعلامي للصحافة الإسلامية العراقية

المبحث الأول: تمثيل الفئات الصحفية في الخطاب الإعلامي لكافة مفردات عينة البحث الخاضعة للتحليل

المبحث الثاني: تمثل الفئات الرئيسية للنوع الصحفي ومدى اعتمادها على الفئات الرئيسية للموضوع الصحفي لكافة مفردات عينة البحث الخاضعة للتحليل.

الفصل السابع النتائج والتوصيات

١٥٦ - الخطاب الإسلامي في الصحافة العربية ؛ د. محمد أحمد يونس ،

دار القلم للنشر والتوزيع – دبي ، ط١ ، ٢٠٠٤

المقدمة

الباب الأول: الخطاب الإسلامي القديم في الصحافة العربية

الفصل الأول : الخطاب الإسلامي في الصحافة : مفاهيم وحدود

مفهوم الفكر الإسلامي

مفهوم الخطاب الإسلامي

أولاً: القضايا الاجتماعية

ثانياً: القضايا الاقتصادية

ثالثاً : القضايا السياسية

الفصل الثامن : قضايا الدعوة والتعليم

مفهوم الدعوة ومؤسساتها

أولاً: مؤسسات الدعوة الرسمية

ثانياً : موضوعات الجماعات الدينية المحجوب عنها الشرعية

ثالثاً: قضايا التعليم

الفصل التاسع : القضايا المعاصرة

تمهيد

أولاً: قضايا التطرف عن الدين

ثانياً: قضية تحرير القدس

ثالثاً: قضية الغزو الفكري

رابعاً: قضية تطبيق الشريعة

خامساً: قضية العلمانية

سادساً : قضية إسلامية المعرفة

١٥٧- خصائص الصحافة الإسلامية وأهدافها: سليمان عثمان محمد

-الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠١هـ، (رسالة ماجستير).

١٥٨- خطبة الجمعة والاتصال بالجماهير: محيي الدين عبد الحلي -

القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٤١٠هـ.

١٥٩- دراسات إعلامية/ عبد القادر طاش

١٤٠٩/ ١٩٨٩ ميلادي ١٢٦ صفحة سلسلة الدراسات الإعلامية.

١٦٠- دراسات إعلامية في فكر ابن تيمية :د.سيد محمد ساداتي الشنقيطي

الطبعة الثانية١٤٢٢هـ-٢٠٠١م دار الفضيلة- الرياض

مقدمة

ابن تيميةفي سطور

الفصل الأول: قضايا الإعلام في فكر ابن تيمية:

أولاً:الإعلام وأهميته

تعريف الإعلام ،تعريف الإعلام عند ابن تيمية

اهتمام ابن تيمية بالإعلام،بيان ابن تيمية لحكم الشرع في الإعلام

ثانياً: ماهية الإعلام عند ابن تيمية:

محاور ماهية الإعلام عندابن تيمية

المحورالأول:تركيز شيخ الإسلام على إشاعة معاني الإيمان

المحورالثاني: حرص شيخ الإسلام على الكشف عن حقيقة الأشخاص

المحورالثالث: محور الأحداث

ثالثاً: مصادر الإعلام الإسلامي

مميزات الإعلام الإسلامي، مميزات أصول الإعلام الإسلامي

الأساس الأول للإعلام هو الايمان بالله تعالى ،انبثاق الإعلام من عقيدة

رابعاً: الهدف من الإعلام الإسلامي

غاية الإعلام عند ابن تيمية

غايات الإعلام هداية الخلق إلى الحق، إصلاح دين الخلق، البيان والتعريف والبلاغ،تحقيق الاعتبار والاتعاظ، قيام الامر بالمعروف والنهي عن المنكر

ـ بيان أثر الغايات على النشاط الإعلامي

ـ مفهوم البواعث عند ابن تيمية

ـ شدة الحاجة إلى الإعلام الإسلامي

خامساً : وظائف الإعلام الإسلامي ،المقصود بوظائف الإعلام

وظائف الإعلام الإسلامي : الوظائف البنائية ، الوظائف المعيارية ، العلاقة بين الوظائف البنائية والمعيارية .

وظائف الإعلام في فكر ابن تيمية

حث شيخ الإسلام على مخالفة الكافرين وعدم التشبه بهم ، رد شيخ الإسلام على من يخالفه في الرأي ، موقف شيخ الإسلام من الكافرين ، دعوة ابن تيمية إلى إصلاح الحياة الاجتماعية من خلال الإعلام، التحذير من البدع وبيان خطورتها على المجتمع، فكر شيخ الإسلام فيما يتعلق بوظائف الإعلام المعيارية

تقسيم المعايير عند ابن تيمية : المعايير العقلية والفطرية ، استخلاص الضوابط عند ابن تيمية في وظيفة التسرية ، اهتمام الشيخ بالبعد السياسي والاجتماعي ، نتائج المعايير الخلقية للفضائل والرذائل عند ابن تيمية .

سادساً: الأدلة الإعلامية: استعراض لفكر الشيخ في الأدلة الإعلامية، ينبغي لوسائل الإعلام الإسلامية أن تعتني باستخدام الادلة، حاجة البشرية إلى كثرة الأدلة وتنوعها، ضوابط الأدلة عند ابن تيمية.

سابعاً: مقومات الثقة في الأخبار: مقومات الثقة في الأخبار من وجهة نظر الإعلام المعاصر، مقومات الثقة في الأخبار عند ابن تيمية، أهمية الخبرة في التمييز بين الأخبار الكاذبة والصادقة .

ثامناً: نقائض الإعلام

تاسعاً: الاتصال بالإعلام الإسلامي: بين المسائل الأساسية في الاتصال الإعلامي عند ابن تيمية،استعمال ابن تيمية الاتصال الفردي استعمالاً واسعاً

عاشراً: شروط القائم بالاتصال

حادي عشر: خصائص الرسالة في العالم الإسلامي: صدق الإعلام يحقق الظهور والعلو لكلمة الله

ثاني عشر: خصائص المستقبلين للرسائل الإعلامية : انقسام إلى مؤمنين وكافرين

الفصل الثاني: آراء ابن تيمية الإعلامية: توطئة،

أولاً: رأيه في علم الإعلام،

ثانياً : رأيه في قوة الإعلام بالقول، الفرق بين الإعلام بالقول والإعلام بالفعل

ثالثاً: رأيه في مكانة لغة الإعلام في إحداث التأثير، المقصود باللغة عند شيخ الإسلام، اهتمام شيخ الإسلام لواقع استعمال الناس للالفاظ، منهج شيخ الإسلام في التعامل في التعامل مع المصطلحات، أهمية دقة اللغة في تحديد المعنى، الآثار المترتبة على عدم الحزم في ضبط دلالة الألفاظ، بيان شيخ الإسلام لأهمية اللغة العربية،

رابعاً: رأيه في الفرق بين الخبر والنبأ،

خامساً: رأيه في الحرية الإعلامية، مفهوم الحرية الإعلامية في الإعلام، مفهوم الحرية الإعلامية عند ابن تيمية

سادساً: رأيه في قضية المنهج في الإعلام، قضية المنهج في فكر شيخ الإسلام، طرق العلم في نظر شيخ الإسلام، أصول منهج الشيخ في المعرفة والاستدلال، منهج التفكير عند شيخ الإسلام ،

سابعاً : رأيه في آثار الإعلام بالحق ، قضية آثار الإعلام بالحق عند شيخ الإسلام

ثامناً: رأيه في تأثير الإعلام الأجنبي،

تاسعاً: رأيه منهم قادة الرأي،

عاشراً: ما يمكن اعتباره دعائم فقه الإعلام عند شيخ الإسلام ، الخاتمة .

١٦١- دراسة اقتصادية للإعلان في الاقتصاد الإسلامي:إعداد بيان محمد جميل طحان، المشرف الاقتصادي ربيع الروبي، المشرف الفقهي عبد الله علي البار

– مكة المكرمة: جامعة أم القرى، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، ١٤١٠هـ، ٣٢٤ ورقة – (رسالة ماجستير)

١٦٢- دراسات في فن التحرير الصحفي:في ضوء معالم قرآنية : محمد فريد عزت

(جدة: دار الشروق ١٤٠٤)

مقدمة، الباب الأول: مفاهيم صحفية في ضوء معالم قرآنية

الفصل الأول: النبأ والخبر ، نبأ وأنباء، خبر وأخبار، معالم قرآنية للخبر والأخبار، معالم قرآنية للنبأ، معالم قرآنية للأنباء، معالم قرآنية لمشتقات (نبأ)، القصة والنبأ والخبر،الفصل الثاني: النبأ اليقين ، التأكد من صحة الأنباء

الفصل الثالث: حول الصراع ، الصراع النفسي، الصراع بين الإنسان والإنسان، الصراع بين الإنسان والطبيعة،

الفصل الرابع: الحرية والرقابة

الفصل الخامس: التوقيت المناسب

الفصل السادس: التكرار وأهميته

الباب الثاني: الكتابة الصحفية في ضوء معالم قرآنية

الفصل الأول: الاستفهامات الستة

مقدمة (من؟) ، مقدمة (ماذا؟) ، مقدمة (متى؟) ، مقدمة (أين؟) مقدمة (لماذا؟) ، مقدمة (كيف؟)

مقدمات استفهامية أخرى

الفصل الثاني: مقدمات الأخبار الطويلة ، مقدمة التباين ، مقدمة السؤال ، مقدمة الوصف ، مقدمة الحالة أو الجو ، المقدمة المعبرة أو المؤثرة ، المقدمة المتفجرة (المثيرة)، مقدمة الملخص ، مقدمة الحوار ، المقدمة الساخرة ، مقدمة التوجيه المباشر ، مقدمة الغرابة ، مقدمة المجاز ،

الفصل الثالث: المدخل المثير للانتباه ، حروف الهجاء، الاستفتاح بالنداء، الاستفتاح بالشرط، استهلال فريد

الهم والمشكلة، الإحساس بالجمال، الحسن والسرور.

الفصل الرابع: الخاتمة الجديدة

الفصل الخامس: علاقة المقدمة بالخاتمة

الفصل السادس: حول الحوار، حوار مع الذات، الحوار الأعظم، حوار مع صاحب الملك ، حوار بين موسى وفرعون، بين الرسل وأقوامهم، موسى وهارون وبني إسرائيل، حوار قصير مفصل، من السرد إلى الحوار.

الفصل السابع: العنوان الجيد ، أسماء سور القرآن وعناوينها، أسماء سور تشتمل على مضمون أو ملخصات السور التي تحمل اسمها، أسماء سور تشتمل على الحقيقة

الجوهرية في تلك السور

أسماء سور تبرز أهم عنصر فيها باعتباره نادراً أو مستغرباً، نماذج لعناوين من الآيات أو أجزائها، عناوين نشرت بالصحف والمجلات مستمدة من الآيات القرآنية، عناوين عبارة عن نصوص لآيات كاملة، عناوين عبارة عن اجزاء من آيات قرآنية، عناوين استخدم في صياغتها جزء من آية مع جزء آخر من أسلوب الكاتب

عناوين تم استقاء فكرتها من آية وتم صياغتها بأسلوب الكاتب،

الفصل الثامن: الكاريكاتور البناء، أبو لهب وزوجه، الوليد بن المغيرة، صور قادة الشرك، العادات والتقاليد، سخرية بآلهة المشركين، حالة الكافرين ومآلهم الضائع، كاريكاتور للمنافقين، الإصلاح الداخلي،

الباب الثالث: الموضوع الصحفي في ضوء معالم قرآنية،

الفصل الأول: الموضوع على ضوء القرآن بكامله، المقدمة، الصلب، الخاتمة

الفصل الثاني: الموضوع على ضوء سور من القرآن ،سورة البقرة، سورة المؤمنون، سورة النور،

الفصل الثالث: الموضوع على قصص قرآنية قصيرة ومتوسطة

موسى والعبد الصالح، أصحاب الكهف، مريم عند مولد عيسى، بقرة بني إسرائيل، قصة نوح عليه السلام

الفصل الرابع: الموضوع على ضوء قصص قرآنية طويلة، قصة يوسف عليه السلام، قصة موسى عليه السلام،

الباب الرابع: من صفات الصحفي وواجباته في ضوء معالم قرآنية

الفصل الأول: الإخلاص والتقوى والصدق والصبر، الإخلاص في العمل، مراقبة الله تعالى، تقوى الله، الصدق، الصبر

الفصل الثاني: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر

الفصل الثالث: التفكير والحاسة السادسة

الفصل الرابع: تنمية المصادر الصحفية، حسن الخلق، الوفاء بالعهد، طلاقة الوجه عند اللقاء، خاتمة، بقرة بني إسرائيل، مراجع الكتاب،

١٦٣- دراسة نقدية لكتاب "الإعلام في صدر الإسلام" لعبد اللطيف حمزة: علي ابن رباح المزيني-

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ، ١٢٣ ورقة – (رسالة ماجستير)

١٦٤- دراسة نقدية لكتاب "من قضايا الإعلام في ضوء القرآن" تأليف رمضان لاوند: عبد الله عيد الساوي –

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ، ١٩٠ ورقة – (رسالة ماجستير).

١٦٥- الدعاية السياسية في العصر الأموي:تأليف محمد منير حجاب

– طنطا: مؤسسة سعيد للطباعة، ١٤٠٦هـ، ٢٨٥ص

١٦٦- الدعاية في العهد النبوي: سالم محمد باكوين –

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، (رسالة ماجستير).

١٦٧- الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي: محيي الدين عبد الحليم –

القاهرة: دار الفكر، د. ت، ١٩٨ص

١٦٨- الدعوة الإسلامية والإعلام الديني:عبد الله شحاتة –

القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٤٠٦هـ، ٣٩٥ص .

١٦٩ – الدعوة الإسلامية ووسائل الإعلام المرئية: عبد الحكيم إبراهيم المحيص

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠١هـ، (رسالة ماجستير)

١٧٠ – الدعوة الى الإسلام في وسائل الاتصال الجماهيرية : ميسر محمد يونس أمين

بغداد: الجامعة الإسلامية عام ٢٠٠٦م رسالة ماجستير بإشراف الدكتور هاشم أحمد نغيمش الزوبعي

الفصل الأول: الدعوة الإسلامية ووسائل الاتصال الجماهيرية

المبحث الأول: تعريف الدعوة في اللغة والاصطلاح

المبحث الثاني: الدعوة في وسائل الاتصال الجماهيرية

المبحث الثالث: مقومات الداعية في العصر الحديث

الفصل الثاني: الدعوة الإسلامية في وسائل الاتصال المقروءة

المبحث الأول: الصحافة

المبحث الثاني: القوالب والأشكال الفنية في الصحف والمجلات

المبحث الثالث: الصحافة الإسلامية

الفصل الثالث: الدعوة إلى الإسلام في وسائل الاتصال السمعية والمرئية

المبحث الأول: الإذاعة

المبحث الثاني: التلفزيون

المبحث الثالث: الانترنيت

الخاتمة والتوصيات

قائمة المصادر والمراجع

١٧١- الدعوة إلى الإسلام وتحديات الإعلام المعاصر: تأليف عبد العليم عبدالرحمن خضر

بريدة: الجمعية العربية السعودية للثقافة والفنون، ١٤٠٨هـ ١٩٨ص.

١٧٢- الدعوة والإعلام في السيرة النبوية / نزيه محمد إعلاوي ،

ط١/ ١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٥م ١٧٤ صفحة.

١٧٣- دور الإعلام الإسلامي في استتباب الأمن ومكافحة الجريمة: علي فائز الشهري

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠١هـ (رسالة ماجستير)

١٧٤- دور الإعلام الإسلامي في بناء الإنسان المثالي: محمد كامل الخجا

جازان: نادي جازان الأدبي (١٤٠٤)

١٧٥- مقدمة، الصحافة، الكتاب، الإذاعة والتلفزيون، السينما والمسرح والفديوتيب

١٧٦- دور الإعلام الإسلامي في التنمية الإقتصادية: محمد توفيق عبد اللطيف البدري

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠١هـ (رسالة ماجستير).

١٧٧- دور الإعلام الديني : في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضارية :نوال عمر

(القاهرة: مكتبة نهضة الشرق ١٩٨٤)

المقدمة : الفصل الأول: تطور الإعلام الديني ووسائله، الدعوة الإسلامية ودورها

الإعلامي، دعوة ابن تيمية

دعوة ابن القيم، الحركة الوهابية، الدعوة السنوسية، جمال الدين الأفغاني، الإمام محمد عبدة، التطور التاريخي للإعلام الديني، المساجد كمراكز إعلامية لنشر الدعوة الإسلامية، الأذان، القرآن الكريم، الأحاديث النبوية، الدعاة، مواسم الحج.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام الحديثة ودورها في المجتمع، الإذاعة، السينما، التلفزيون، الصحافة

الفصل الثالث: الإعلام الديني في العصر الحديث، الأزهر الشريف كمؤسسة دينية، وسائل الإعلام الحديثة في العصر الحديث وصلتها بالإعلام الديني، الإذاعة،السينما والأفلام الدينية، التلفزيون، الصحافة الدينية، الإعلام الديني ودوره في الاقناع والتأثير على الجمهور، أساليب الإقناع، السمات الواجب توافرها في المتحدث، اختلاف الإقناع باختلاف المتحدث إليهم، الفصل الرابع: المفهوم العلمي للقيم، مفهوم القيم، الاتجاه الفلسفي، الاتجاه النفسي، الاتجاه الاجتماعي، الاتجاه والقيمة، المعايير والقيم، تطوير وتغيير القيم الاجتماعية، صراع القيم بين الآباء والابناء، التعريفات المختلفة للقيم، خصائص القيم،أنواع القيم، تصنيف القيم وفقاً لمجالات الحياة، القيم التي ترتكز على درجة الالتزام، الفصل الخامس: المداخل المختلفة لدراسة القيم، المدخل الوظيفي لدراسة القيم، نظرية بارسنز في القيم، نظرية دوركايم في القيم، نظرية روبرت في القيم، نظرية ميكرجي في القيم، المدخل المادي لدراسة القيم، نظرية كارل ماركس، علاقة القيم بالمعايير، القيم والتغيير الاجتماعي، علقة القيم الاجتماعية بالاتجاهات، الفصل السادس: القيم في المجتمعات الريفية والحضرية، أنواع المجتمعات وخصائصها، المجتمع المحلي، المجتمع الريفي، خصائص المجتمع الريفي، المجتمع الحضري، تقسيم سوروكن لخصائص المجتمع الريفي والحضري، القيم في الأسرة الريفية، تعريفات الأسرة، القيم في الأسرة الريفية، القيم الاساسية، القيم الفرعية أو السلوكية، تغيير القيم في المجتمع الريفي،

القيم في الأسرة الحضرية، دور الإعلام في غرس القيم عند الأطفال، قيم الشباب في المجتمع الحضري، أهمية الدور الذي تؤديه القيم في حياة المجتمع الحضري

الفصل السابع: مكانة الدراسة من الدراسا ت السابقة، دراسة محيي الدين عبدالحليم عن: دور الإعلام الديني في قياس الرأي العام، دراسة سنية شمس الدين الصباحي: بعض القيم الاجتماعية للأسرة الريفية والحضرية، دراسة عبد الخالق محمد عبد الوهاب عن: البرنامج الاذاعي الديني وأثره في التوجيه، دراسة عبدالباسط محمد عبد المعطي عن: صراع القيم وآثاره في بناء الأسرة ووظائفها

دراسة فوزية دياب عن: القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني، دراسة فتحي محمود أبو العينين عن: الآداب والقيم الاجتماعية القروية، نجيب اسكندر وآخرون عن: قيمنا الاجتماعية وأثرها في تكوين الشخصية، دراسة إبراهيم كاظم عن: القيم السائدة بين الشباب، دراسة عبد المجيد شكارة عن: صراع القيم الحضارية: دراسة أنثروبولوجية على سكان ضاحية الثورة، نظرية مقارنة للدراسات، مكانة دراسة الباحثة بين الدراسات السابقة، الفصل الثامن: إطار الدراسة الميدانية وإجراءتها المنهجية، مشكلة البحث

الغرض من الدراسة، أهمية الدراسة، فروض لدراسة، منهج الدراسة، صدق وأداة الثبات، وسائل جمع البيانات، مجالات الدراسة

الصعاب التي واجهت الباحثة، الفصل التاسع: السمات الأساسية لعينة الدراسة، وصف عام لمناطق البحث، البيانات الأساسية وتشمل سمات عينة الدراسات

الفصل العاشر: دور الإعلام الديني في ترسيخ قيم الأسرة الريفية والحضرية، التغيرات التي تطرأ على قيم الأسرة في كل بيت من الريف والحضر

الفصل الحادي عشر: دور الإعلام الديني في ترسيخ قيم العمل والتعاون والاتجاه نحو التعليم، انتشار الإعلام الديني يؤدي إلى ترسيخ قيم العمل والتعاون والتعليم

الفصل الثاني عشر: الإعلام الديني والفهم الصحيح لبعض قضايا العصر في المجتمع المصري، الإعلام الديني وقضية التسامح والتعصب في المجتمع المصري المعاصر، الإعلام الديني وقضية عمل المرأة، الإعلام الديني وقضية تعليم البنت، الإعلام الديني وقضية محو الأمية، الإعلام الديني وقضية ترشيد الاستهلاك، الإعلام الديني وقضية تنظيم الاسرة

الفصل الثالث عشر: دور الإعلام الديني في محاربة الخرافات وتغيير المعتقدات الخاطئة، الإعلام الديني يؤدي إلى محاربة الخرافات وتغيير المعتقدات الخاطئة.

الفصل الرابع عشر: دور الإعلام الديني في انتشار الجمعيات الدينية والتمسك بالقيم الدينية، نشأة الجمعيات الدينية، الجمعيات الدينية وتمسك أفرادها بالقيم

الفصل الخامس عشر: النتائج الإجمالية للدراسة، الخاتمة والتوصيات،

١٧٨- دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية/ عبد المجيد شكري

/ ط١/ ١٤١٥هـ ١٩٩٥م ٧٤ صفحة ، سلسلة نحو إعلام إسلامي متميز (٦)

١٧٩- الدور الإعلامي لرئاسة إدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد: دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية والخليج: إعداد علي سعود المهيدب، سليمان علي الناصر، إشراف عادل الصيرفي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، [١٤٠٥هـ]، ٣٠٨ ورقة (رسالة ماجستير)

١٨٠- دور البرامج الدينية في معالجة قضايا ومشكلات المجتمع: محمد عبد العليم مرسي

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ ، بحث غير منشور مقدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج.

١٨١- دور البرامج الدينية في مواجهة الإلحاد والانحراف: سعيد بن عبد الله حارب

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ، بحث غير منشور مقدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج.

١٨٢- دور البرامج في إبراز خصائص شعوب الخليج والتذكير بدورها في خدمة الإسلام وتقديم العطاء الفكري والحضاري: سعيد بن مبارك آل زغير

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ، بحث غير منشور مقدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج

١٨٣- دور التلفاز في تنمية المجتمع الإسلامي:إعداد عواد عايد الحازمي، إشراف محمد فريد محمود عزت.

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٧هـ، ١٢٨ ورقة (رسالة ماجستير).

١٨٤- الرأي العام الإسلامي وقوى التحريك: زهير الأعرجي

- بيروت: دار التعاريف، ١٣٩٧هـ طبعة أخرى: بيروت: دار التعارف، ١٤٠٢هـ.

١٨٥- الرأي العام بين المفهوم الغربي والمفهوم الإسلامي: عبد الرحيم محمد المغذوي

- المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٥هـ، ١٤٨ ورقة - (رسالة ماجستير).

١٨٦- الرأي العام/ دراسة تأصيلية تطبيقية على عصر الخلافة الراشدة/ سعيد بن حلي بن ثابت/

١٣٦٩هـ، ط١/ ١٤٢٤/ ٢٠٠٣م،٣٧٨صفحة.

١٨٧- الرأي العام في الإسلام: محمد عبد الرؤوف بهنسي-

القاهرة: مؤسسة الكتاب المصري، ١٣٨٦هـ ط٢- القاهرة: مؤسسة الخليج العربي، ١٤٠٧هـ.

١٨٨- الرأي العام في الإسلام: محيي الدين عبد الحليم -

القاهرة: مكتبة الانجي، الرياض: دار الرفاعي، ١٤٠٣هـ، ١٦٨ص ط٢- القاهرة: دار الفكر العربي، ١٤١٠هـ، ٣٥٤ص.

١٨٩- الرأي العام في ضوء الإسلام: سيد محمد ساداتي الشنقيطي -

الرياض: دار عالم الكتب، ١٤١٠هـ، أ. هـ، ٢٣٦ص - (سلسلة دراسات في الإعلام الإسلامي والرأي العام،٧).

١٩٠- الرأي العام في عهد النبوة والخلفاء الأربعة: عوامل تكوينه، وخصائصه، وقواعد مخاطبته:إعداد سعيد بن علي بن ثابت، إشراف أحمد محمد العسال، عبد الخبير محمود عطا

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٧هـ، ٧٣٠ ورقة (أطروحة دكتوراه).

١٩١- رحلة الضياع للإعلام العربي المعاصر: يوسف العظم -

جدة: الدار السعودية للنشر، ١٤٠٠هـ، ١٠٠ص.

١٩٢- الرسالة الإعلانية في منظور إسلامي بالتطبيق على إعلانات التلفاز في المملكة العربية السعودية: مقدمة من يحيى عبد الله الجفري

- (جدة: جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد والإدارة، ١٤١٢هـ، ١٦٩ ورقة

(رسالة ماجستير في إدارة الاعمال) ويليه ملحقان:١- قواعد وأساسيات الإعلان التجاري في التلفزيون السعودي، ٢- السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية

١٩٣- الرسوم الساخرة في الصحافة: الكاريكاتور: دراسة تحليلية تقويمية: تأليف سليمان بن محمد الشبانة -

د. م: دار الأطروحة، فسح ١٤٠٨هـ، ٢١٥ص ، الأصل: رسالة ماجستير، إشراف سيد محمد ساداتي الشنقيطي - الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٧هـ،

١٩٤- الرقابة في الإعلام الإسلامي ، دراسة مقارنة: محمد احيدب عمر

(الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ١٤١٢)

المقدمة، تمهيد: الحرية الإعلامية واختلافها من نظام إلى نظام، نظم الرقابة في الإعلام الرأسمالي، مفهوم الحرية في الإعلام الرأسمالي، ضوابط الراقبة في الإعلام الرأسمالي، واقع الرقابة في الإعلام الرأسمالي

آثار الرقابة في الفرد والمجتمع، نظم الرقابة في الإعلام الشيوعي، مفهوم الحرية في الإعلام الشيوعي

ضوابط الرقابة في الإعلام الشيوعي، واقع الرقابة في الإعلام الشيوعي، آثار الرقابة الإعلامية الشيوعية في الفرد والمجتمع، نظم الرقابة في الإعلام الإسلامي، مفهوم الحرية في الإسلام، ضوابط الرقابة في الإعلام الإسلامي، تطبيقات الرقابة في الإعلام الإسلامي في الماضي والحاضر، آثار الرقابة الإعلامية في الفرد والمجتمع الإسلامي، الخاتمة، المراجع، فهرس الموضوعات.

١٩٥- ركائز الإعلام في دعوة إبراهيم عليه السلام : د. سيد محمد الساداتي،

(الرياض - عالم الكتب - ١٤١٥هـ)

١٩٦- سموم على الهواء: إعداد فريد إسماعيل التوني -

مكة المكرمة: ، ١٤١٣هـ، ٤٧ص

١٩٧- السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية

[السعودية. وزارة الداخلية. المجلس الأعلى للإعلام]. - الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٠٤هـ

١٩٨- السيرة النبوية والإعلام الإسلامي: أمينة الصاوي وعبد العزيز شرف ومحمد عبد المنعم الخفاجي

القاهرة: مكتبة مصر ١٩٨٦)

تصدير، المقدمة

القسم الأول: ماهية الإعلام الإسلامي

الباب الأول: ماهية الإعلام؟،(العملية الاتصالية)، (كلمة التفسير)، (التجديد ومدلولاته)، (التفسير الإعلامي للدعوة)، (التفسير الحضاري للإعلام والحضارة الإسلامية)

الباب الثاني: القرآن الكريم والإعجاز الإعلامي

(أنواع الاتصال في"الإعلام الإسلامي")، (أثر الإعلام الإسلامي على اللغة العربية)، أثر الإسلام في حياة العرب الأدبية، نزول القرآن، موضوعات سور القرآن، جمعه وكتابته، قراءات القرآن، نظم القرآن وأسلوبه، بلاغة الاتصال في القرآن الكريم، إعجاز القرآن، الصور الأدبية في القرآن الكريم

القسم الثاني: التفسير الإعلامي للبعثة النبوية الشريفة

الباب الثالث: التفسير الإعلامي للبعثة النبوية الشريفة

مرحلة الدعوة السرية، مرحلة الدعوة العلنية، مرحلة الاضطهاد الديني في مكة، إسلام حمزة عم رسول الله، مرحلة الهجرة، الإسراء والمعراج

الباب الرابع: الاتصال الشخصي في الدعوة الإسلامية

المؤاخاة بين المسلمين في مكة، إسلام عمر بن الخطاب، عرض الرسول نفسه على القبائل، نور على الطريق، بيعة العقبة الأولى، بيعة العقبة الثانية أو الكبرى

الباب الخامس: الاتصال الإسلامي بين دعم الاتجاهات وتغييرها

انتفاء التعرض والإدراك والتذكر، دور الجماعات ومعاييرها، ما بعد نقض الصحيفة، مواصلة الجهاد في سبيل الله والرسالة، وفاة أبي طالب وخديجة

الباب السادس: الأساليب الإعلامية في الدعوة الإسلامية في المدينة بناء المسجد النبوي بعد قدوم الرسول المدينة، أول خطبة للرسول بالمدينة، خطبة ثانية موادعة رسول الله لليهود، المؤاخاة بين المهاجرين والانصات، الأذان، اليهود يظهرون العداوة للإسلام، تحويل القبلة، دعوة رسول الله الملوك والأمراء إلى الإسلام، وفد ثقيف إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، حج أبي بكر بالناس سنة تسع، الأنصار وجهادهم في سبيل الله، سنة الوفود، العرب يدخلون في الدين أفواجاً.

القسم الثالث: الإعلام الإسلامي والحضارات الاتصالية

الباب السابع: الإعلام الإسلامي في الحضارة السمعية

(فصاحة الرسول صلى الله عليه وسلم)، مضمون هذه الخطبة النبوية الشريفة، بلاغة الرسول والاتصال الشخصي، الخطابة الإسلامية والاتصال الجمعي: (أغراض الخطابة، خصائص الخطابة الإسلامية، أشهر الخطباء، خطب النبي ايام التشريق، نص الخطبة، موضوع الخطبة، فحواها ومنهجها، الأسلوب الإعلامي، تأثرها بالقرآن، المضمون الإعلامي، النص تحليل، النص،الصور الإعلامية في النص، نهج البلاغة للإمام علي، بلاغة علي وخصائص خطابته ، علي بن أبي طالب والشعر،

خطبة الإمام علي: تمهيد ، الخطبة، فحواها ومنهجها، موضوع الخطبة، أسلوبها)، الإعلام الشعري، موقف الإسلام من الشعر، الأغراض الإعلامية للشعر في صدر الإسلام ، معاني الشعر وأساليبه وألفاظه، شعر المدر والوبر، عناية الخلفاء بالشعر، الشعر والحرب النفسية، المدائح النبوية في التفسير الإعلامي .

الباب الثامن: الإعلام الإسلامي وحضارة التدوين

السيرة النبوية وحضارة التدوين، السيرة النبوية والحضارات الإعلامية، طفولة رسول الله، الرسول في شبابه، الرسول في رجولته، حجة الوداع(العائد العظيم، مرض رسول الله، زيادة المرض على رسول الله، بعد وفاة رسول الله، حديث الثقفية، جهاز رسول الله ودفنه، المسلمون بعد رسول الله،الشعراء يبكون رسول الله، فاطمة تبكي أباها، وابن عباس يحدث، روايات في يوم وفاة رسول الله، حوادث دبرت لاغتيال رسول الله، ملك غسان يكيد للإسلام.

الباب التاسع: الإعلام الإسلامي والحضارة الطباعية

إحياء التراث والحضارة الطباعية، كتاب الغرب والسيرة، الكتاب المسلمون والسيرة النبوية في الحضارة الطباعية، قضية التبشير في الصحافة المصرية، هيكل والسيرة النبوية، طه حسين والسيرة العطرة

الباب العاشر: الإعلام الإسلامي والحضارة السمعية والمرئية السينما والسيرة العطرة، الإذاعة والسيرة العطرة، مسرح الحكيم وحياة محمد، التليفزيون والسيرة النبوية، السحار والإعلام الإسلامي، أمينة الصاوي والإعلام الإسلامي، فرسان الله والإعلام الإسلامي.

١٩٩- سيكولوجية الرأي والدعوة: تأليف رؤوف شلبي

-ط٢ -الكويت: دار القلم، ١٤٠٢هـ، ٣٥٥ص.

٢٠٠- الشائعات في الميدان الإعلامي وموقف الإسلام منها:إعداد عبد الرحمن أبو

بكر جابر الجزائري، إشراف محمد كرم شلبي، حسين قاسم –

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ، ١٦٩ ورقة (رسالة ماجستير)

٢٠١- الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية، الإعلام الإسلامي: مفاهيم وتجارب: زهير الأعرجي

(بيروت: دار التعارف للمطبوعات ١٤٠٢)

مقدمة، (المقصود بالإعلام) ، متانة الفكر الإسلامي(مصادر الفكر الإسلامي)

قوة الشخصية الإسلامية، دراسة نفسية في المجتمع المراد تنويره بالإسلام(دراسة التيارات الفكرية المعاصرة واستخلاص عصارتها الفكرية في سبيل إعداد دراسات نقدية كاملة وبأقلام كفؤة).

دراسة موقع الإسلام من التيارات المعاصرة ووضع تقويم موضوعي لوضع الإسلام الحاضر، دراسة الأسلوب الأفضل للإعلام الإسلامي الحديث، (السلسلة الإعلامية الإسلامية)

رجل الإعلام الإسلامي، الفكرة الإسلامية وسيلة الاتصال، المرسل إليه، التأثير، المؤثرات، السلوك أو رد الفعل

(الإعلام الإسلامي ولد مع ولادة الإسلام)، (أسس الإعلام الإسلامي)، الشخصية الإسلامية، مقدمة، قضية الشخصية، العوامل التكوينية، الذكاء والقدرات، الانفعالات والعواطف، العوامل الاجتماعية والثقافية، الجسد ، التقوى، خاتمة، موضوعات الكتاب

٢٠٢- شروط القائم بالاتصال عند المسيحيين والمسلمين: دراسة مقارنة: سعيد إسماعيل صالح صيني، إشراف عبد الخبير محمود عطا، أحمد محمد الخراط

- المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٨هـ، ٢٥١ ورقة (أطروحة دكتوراه)

٢٠٣- صحافة الاتجاه الإسلامي في مصر منذ بداية القرن التاسع عشر حتى نشوب الحرب العالمية الأولى: جمال النجار

-القاهرة: جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، ١٤٠٦هـ، (رسالة الماجستير).

٢٠٤- الصحافة الإسلامية: أنور الجندي -

القاهرة: دار الاعتصام، ١٤٠٦هـ، ٤٢٣ص

٢٠٥- الصحافة الإسلامية في البلاد العربية بعد منتصف القرن العشرين ودورها في الدعوة: فؤاد توفيق خلف العاني، إشراف عمارة نجيب محمد

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٢هـ، ٤٨٩ ورقة (رسالة ماجستير).

٢٠٦- الصحافة الإسلامية في العراق ١٨٦٩ - ٢٠٠٧ ، طه أحمد الزيدي

بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر ط١ ،١٤٢٨ - ٢٠٠٧

المقدمة

الحقبة الأولى من الصحافة الإسلامية ١٨٦٩ م - ١٩١٤ م

الجانب السياسي

الجانب الاجتماعي

الموقف الحكومي من الإسلاميين

الصحافة الإسلامية

ملاحق

الملحق الأول: شخصيات من الصحافة الإسلامية

الملحق الثاني: إحصائيات في الصحافة العراقية، المصادر

٢٠٧- الصحافة الإسلامية في مصر بين عبد الناصر والسادات (١٩٥٢-١٩٨١): محمد منصور محمود هيبة –

المنصورة، مصر: دار الوفاء، ١٤١٠هـ، ٤٧٠ص – (نحو إعلام إسلامي متميز،٣)
الأصل: رسالة ماجستير – القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٤٠٧هـ.

٢٠٨- الصحافة الإسلامية في مصر في القرن التاسع عشر: سامي عبد العزيز الكومي –

القاهرة: جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، ١٤٠٥هـ (أطروحة دكتوراه)

٢٠٩- الصحافة الإسلامية في مصر: محمد منصور محمود هيبه

دار الوفاء- مصر ١٩٩٠ .

٢١٠- الصحافة الإسلامية في الهند: تاريخها وتطويرها: سليم عبد الرحمن خالد –

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٢هـ (رسالة ماجستير)

٢١١- الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة: فؤاد توفيق العاني

ط١- ١٩٩٣- مؤسسة الرسالة- بيروت

٢١٢- الصحافة الدينية في العراق ببلوغرافيا شاملة خلال قرن: خطاب جبار العبادي- ٢٠٠٢

٢١٣- الصحافة في ضوء الإسلام: مصطفى الدميري

مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي (١٤٠٨)

المقدمة : الفصل الأول: الاتصال وأنواعه.

الاتصال وأنواعه (الاتصال الذاتي، الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي، الاتصال الجماهيري)، الإسلام وأنواع الاتصال، الإعلام والإعلام الإسلامي(الإعلام لغة، الإعلام اصطلاحاً، الإعلام الإسلامي)، العملية الإعلامية ووسائل الإعلام، أهم وسائل الإعلام.

الفصل الثاني: مفهوم الصحافة

مفهوم الصحافة الإسلامية، مفهوم الصحافة الإسلامية، نشأة الصحافة في العالم، نشأة الصحافة في بعض البلاد العربية

الفصل الثالث: الصحيفة والمجلة والكتاب.

الجريدة اليومية(الصحف الصباحية، الصحف المسائية، الصحف الإقليمية، الصحف الصفراء، العمل في الجريدة اليومية)، المجلة، الكتاب.

الفصل الرابع: أشكال الكتابة الصحفية

الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها، الخبر الإسلامي، التقرير الصحفي: (خصائصه، أنواعه، التقرير الإسلامي التحقيق الصحفي: تعريفه، والفرق بينه وبين الاشكال الأخرى، وظائفه، مصادره، أنواعه، اعداده، التحقيق الصحفي الإسلامي)، الحديث الصحفي: أنواعه، أشكاله، الحديث الصحفي الإسلامي: (المقال الصحفي: تعريفه، وظائفه، لغته، أنواعه، المقال الصحفي الإسلامي) الحملة الصحفية:(تعريفه، وظائفه، أنواعه، الحملة الإسلامية)

الفصل الخامس: وظائف الصحافة الإسلامية

وظائف تقليدية عامة، وظيفة المحافظة على العقيدة الإسلامية، وظيفة المحافظة على اللغة العربية، الفكرة الزمنية في اللغة العربية، مرونة اللغة العربية، انحراف الصحافة بوظائفها.

الفصل السادس: أهم واجبات الصحافة الإسلامية ، مميزات الصحافة، أهمية الصحافة، عوامل نجاح الصحافة الإسلامية

الفصل السابع: أهم واجبات الصحافة الإسلامية : الدعوة إلى الإسلام، نتائج إرسال الرسائل النبوية إلى الملوك والأمراء، التربية الإسلامية، تقديم الأخبار والحلول الإسلامية

الفصل الثامن: خصائص الصحافة الإسلامية: الربانية، العالمية، الشمول

الفصل التاسع: مشكلات الصحافة الإسلامية: ندرة الصحفيين المؤهلين، قلة الأموال، القيود الحكومية

الفصل العاشر: الصحفي المسلم :

ثقافة الصحفي المسلم، صفات الصحفي المسلم: (الإخلاص، الصدق، الصبر)، واجبات الصحفي المسلم

الفصل الحادي عشر: جمهور الصحافة الإسلامية

مفهوم جمهور الصحافة الإسلامية، حقوق جمهور الصحافة الإسلامية، من واجبات جمهور الصحافة الإسلامية، أصناف جمهور الصحافة الإسلامية المترفون، المستضعفون، المنافقون (علامات النفاق في الكتاب والسنة)، العصاة، موقف الصحفي المسلم من جماهير الصحافة الإسلامية، الفهرس، المراجع.

٢١٤- الصحافة الأخبارية والمسؤولية الإسلامية للمندوب الصحفي: مرعي مدكور

القاهرة: دار الصحوة، ١٤٠٩هـ، ٢٠٩ص.

٢١٥- صحافة الطفل المسلم/ ودورها في تفكيره وتكامل شخصيته/ عبد الله بن عبد الرحمن الماجد

١٩٨٥م/ ١٤٠٥، ٢٢٤ صفحة ماجستير/ جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ١٤٠٥.

٢١٦- الصحافة في نصف عمود: أحمد محمد جمال

-بيروت: دار إحياء العلوم، ١٤١٢هـ.

٢١٧- الصحافة المهاجرة: دراسة وتحليل: حلمي محمد القاعود

-القاهرة: دار الاعتصام،١٤٠٣هـ، ١٧٠ص.

٢١٨- صحافة النجف ١٩١٠- ١٩٦٨م ، دراسة تأريخية تحليلية في اتجاهات الصحافة النجفية ، د. هاشم أحمد نغيمش جامعة بغداد ، أطروحة دكتوراه

المحتويات

الفصل الأول :البيئة الثقافية وظهور الطباعة والصحافة في النجف

المبحث الأول :البيئة الثقافية والفكرية للنجف

المبحث الثاني :ظهور الطباعة والصحافة في العراق

المبحث الثالث :ظهور الطباعة والصحافة في النجف

الفصل الثاني :صحافة النجف منذ ظهورها حتى عام١٩٦٨ م

المبحث الأول :صحافة النجف منذ ظهورها حتى عام١٩٣٢ م

المبحث الثاني :صحافة النجف من عام ١٩٣٢ إلى عام١٩٥٨ م

المبحث الثالث :صحافة النجف من عام ١٩٥٨ إلى عام١٩٦٨ م

الفصل الثالث :الاتجاهات الفكرية في صحافة النجف

المبحث الأول : الاتجاه الأدبي في صحافة النجف

المبحث الثاني : الاتجاه السياسي في صحافة النجف

المبحث الثالث :الإتجاه الديني في صحافة النجف

نتائج البحث

مراجع البحث ومصادره

٢١٩- الصحافة والأقلام المسمومة: أنور الجندي ،

القاهرة: دار الاعتصام، ١٤٠٠هـ.

٢٢٠- صحيفة اللواء: دراسة تاريخية وفنية: محمد أحمد حسن الطه

-القاهرة: جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، ١٤٠٦هـ- (رسالة ماجستير).

٢٢١- الصفحات الدينية في الصحف والمجلات السعودية: دراسة مقارنة وتحليل مضمون: حسن إبراهيم الشريف-

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٥هـ، (رسالة ماجستير)

٢٢٢- صفات مقدمي البرامج الإسلامية، في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان يوسف، (الرياض: المؤلف نفسه ١٤٠٦)،

المقدمة، أهمية البحث، خطوات البحث، مدخل إلى صفات مقدمي البرامج الإسلامية، صفات رجل الإعلام ، تقديم البرامج، بين صفات الداعية وصفات مقدم البرامج الإسلامية، المصدر في ضوء الإسلام، الصفات العامة لمقدم البرامج الإسلامية، الإيمان العميق والحماس للتبليغ، الإخلاص، الصدق، الفهم الدقيق، الوعي والبصيرة، معرفة الغاية ووضوح الهدف ، الالتزام، الجرأة في قول الحق،

الحكمة، الجمع بين الأصالة والتجديد، السمعة الحسنة، قوة الحجة، المخاطبة على قدر العقول ، البساطة وعدم التكلف، الرفق والرحمة، التبشير والإنذار، التشويق، عدم الإطالة، الصفات الشخصية لمقدم البرامج الإسلامية ، اليقظة والذكاء، البلاغة، صفات ضرورية للمقدم لنجاح مضمون رسالته، الاستفادة من خبرات الآخرين، المخالطة ومعرفة المشكلات والبيئة والجمهور ورجع الصدى، التخطيط، المعالجة العلمية والواقعية للمواضيع، الصفات الفنية، الخبرة بوسيلة الاتصال، حسن الأداء الإذاعي، حسن التكيف مع تنوع البرامج، الصوت الحسن، صفات خاصة بالتلفاز، الحركة وعدم الجمود.

٢٢٣- الصفحات الدينية المتخصصة في الصحف العربية: دراسة تحليلية تقويمية مقارنة لعينة من الصحف اليومية: إعداد جواد راغب أيوب الدلو، إشراف عبد القادر طاش

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤١٢هـ، أ. ذ، ٥٥٠ ورقة (أطروحة دكتوراه).

٢٢٤- الصورة النمطية للإسلام والعرب في مرآة الإعلام الغربي: تأليف عبد القادر طاش

-الرياض: شركة الدائرة للإعلام المحدودة، ١٤٠٩هـ، ١٢٤ص

٢٢٥- ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية: يوسف محمد قاسم الرياض: جامعة الملك سعود، عمادة شؤون المكتبات، ١٣٩٩هـ، ٢١٣ص.

٢٢٦- ضوابط الحرية في الإعلام الإسلامي : محمد بن سعود البشر ،

(الناشر ومكان النشر بدون – ١٤١٤ هـ)

٢٢٧- الطب وسيلة اتصال إعلامية: محمد رجائي حسين علي أحمد -

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ (رسالة ماجستير).

٢٢٨- طرق إحكام الرقابة على وسائل الغزو الفكري والخلقي: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب

- الرياض: المركز، ١٤٠٧هـ، ٢جـ أبحاث الدورة التدريبية السابعة التي أقامها المركز بالرياض عام ١٤٠٧هـ.

٢٢٩- عاطفة الحب بين الإسلام ووسائل الإعلام: عبد الرحمن واصل -

ط٢. جدة: دار الشروق، ١٤٠٦هـ، ٧٠ص.

٢٣٠- العروة الوثقى: دراسة تحليلية لمقومات نجاح الصحافة الإسلامية: منير حجاب

- الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٤٠٢هـ، ١٣١ص - (سلسلة دراسات تحليل المضمون،١)

٢٣١- العلاقات العامة والإعلام في الإسلام : محمود يوسف مصطفى

(مكتبة مصباح اطبعة الأولى ١٤٠٩)

تقديم (إبراهيم إمام)، مقدمة المؤلف، شكر وتقدير،

الجزء الأول: مشكلة البحث ومنهجه

الجزء الثاني:الباب الأول: بيئة الدعوة الإسلامية، مدخل، المقصود بالعصر الجاهلي،

الفصل الأول:" الأحوال الاقتصادية لبيئة الدعوة الإسلامية"، توزيع سكان شبه الجزيرة العربية بين البدو والحضر، ألوان النشاط البشري للسكان، أسواق العرب في الجاهلية

الفصل الثاني: الأحوال السياسية لبيئة الدعوة الإسلامية، النظام القبلي في البيئة الجاهلية، التكوينات السياسية في شبه الجزيرة العربية قبل الإسلام.

الفصل الثالث: الأحوال الاجتماعية لبيئة الدعوة الإسلامية، النظام الطبقي في البيئة العربية قبل الإسلام، العادات الاجتماعية المذمومة في البيئة الجاهلية، الفضائل الاجتماعية في البيئة الجاهلية، الزواج والطلاق في الجاهلية، الجانب الأدبي من الحياة الاجتماعية

الفصل الرابع: الديانات الشائعة في بيئة الدعوة الإسلامية، الموحودون، الوثنيون، اليهودية، المسيحية، ديانات،

الجزء الثالث: نتائج الدراسة التحليلية،

الباب الثاني: عملية البحث وجمع المعلومات ودورها في نشر الدعوة الإسلامية مدخل.

الفصل الخامس: (دراسة البيئات التي انتقلت إليها الدعوة واستفادة الدعوة من معلومات أهل العلم والخبرة)، مدخل، دراسة البيئة الحبشية، دراسة أحوال المدينة، الاستفادة من معلومات أهل العلم والخبرة.

الفصل السادس: (اهتمام الدعوة الإسلامية بظاهرة الرأي العام)، مدخل، تعريف الرأي العام، الأسس النظرية لاهتمام الإسلام بالرأي العام،اهتداء الدعاة لتقسيمات الرأي العام .

الفصل السابع: (جهود العملية للدعوة الإسلامية في مجال التعرف على اتجاهات الرأي العام)، مدخل، جهود الدعوة الإسلامية للتعرف على اتجاهات الرأي العام، دراسة نفسيات الأفراد، عملية الاستماع وأثرها في تحقيق مفهوم الاتصال ذي الاتجاهين، الباب الثالث: التخطيط للدعوة الإسلامية، مدخل،

الفصل الثامن: (مفهوم التخطيط في الدعوة الإسلامية وخطة الدعوة في المرحلة

السرية)، مدخل، مفهوم التخطيط في الدعوة الإسلامية، خطة الدعوة في المرحلة السرية،

الفصل التاسع: (خطة الجهر بالدعوة الإسلامية)، مدخل، خطة الجهر بالدعوة في مكة، خطة الدعوة في المدينة حتى صلح الحديبية،

الفصل العاشر: (خطة الانطلاق بالدعوة نحو العالمية)، مدخل، الإجراءات السابقة لصلح الحديبية، شروط صلح الحديبية، خطة عالمية الدعوة والمترتبة على صلح الحديبية، تنفيذ الخطة، النتائج المترتبة على النفيذ، الباب الرابع: عملية الاتصال في الدعوة الإسلامية،

الفصل الحادي عشر: (أهداف عملية الاتصال في الدعوة الإسلامية).

الفصل الثاني عشر: (الجماهير المستهدفة بجهود الاتصال في الدعوة الإسلامية)،

الفصل الثالث عشر: (وسائل الاتصال في الدعوة الإسلامية)،

الفصل الرابع عشر: (رسالة الاتصال في الدعوة الإسلامية)،

الفصل الخامس عشر: (القائم بالاتصال في الدعوة الإسلامية)،

الفصل السادس عشر: (دراسة أثر الجهود الاتصالية في الدعوة وتقويم جهود الدعاة وأخلاقيات الاتصال الإسلامي)، مراجع الكتاب

٢٣٢- العلاقات العامة في عصر النبوة: مصطفى الدميري -

مكة المكرمة: مكتبة المنارة، ١٤٠٨هـ، ١١٥ص.

٢٣٣- العلاقات العامة والخاصة في الإسلام: يوسف محمد عبد المقصود -

القاهرة: دار الكتاب الجامعي

٢٣٤- عملية الرقابة على الأشرطة المسموعة والمرئية في المملكة العربية السعودية:

دراسة وصفية تحليلية: خالد محمد فاضل السادات –

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٨هـ، ١٩٩ ورقة (رسالة ماجستير)

٢٣٥- عوامل تكوين الرأي العام في المجتمع السوداني:عبد السلام سليمان سعد –

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ، ٢٧٣ ورقة – (رسالة ماجستير).

٢٣٦- فقه الدعوة والإعلام : عمارة نجيب

(القاهرة: مكتبة سعيد رأفت ١٩٨٦)

مقدمة، تشخيص الداء، أسباب المرض، التغيير للنظم، تمهيد، التعريف بفقه الدعوة، مفهوم الدعوة.. في ضوء الإسلام، الاصطلاح الإسلامي للدعوة، التعليم، الدعاية، الإعلام، البلاغ والتبليغ، الكلمة الطيبة، القوة.

الفصل الأول: أركان الدعوة وشروطها، (أركان الدعوة)، الداعي شروط تكامل ركن الداعي، بعض المميزات العامة للداعي المسلم.

الإدارة والوسيلة، حرية الأداة من حرية الدعوة.

الفصل الثاني: أساليب الدعوة الإسلامية، شمول الحكمة للقوة، الحكمة، الموعظة الحسنة، المجادلة بالتي هي أحسن، الدعوة بأسلوب القوة، مصادر القوة عند المسلمين.

الفصل الثالث: أساليب الدعوات المضادة، بين الحق والباطل، الإكراه والقسر التشويش، تشخيص الداء، الشعور بالحاجة إلى الفكرة أو المعلومة أو الحل الأجنبي، الشعور بالدونية، أعداء الإسلام وتنمية هذه المشاعر، الشعور بالثقة في مصادر المعرفة والثقافة الإسلامية، أمثلة للشمول الإسلامي والقدرة الفذة، أسلوب التعليم

الإسلامي، الإعلام، الأساليب هي التي تختلف، هل تنطلق الكلمة أو تقيد؟ أوروبا والكلمة، موقف الإسلام، علم الإعلام في ضوء الإسلام، الإعلام والاستقلال، علم الإعلام ينفصل عن الدعوة، وسائل الاتصال الحديثة والإعلام الإسلامي، النتيجة، مكونات عزة المؤمنين وأسبابها، أسباب تأخر المسلمين وتعرضهم للغزو المادي والفكري، القرآن يعد بالشرف والقيادة، الطاقات والإمكانات، الدعوة للاستفادة من نعم الله في الكون، تطبيق منهج الإسلام الشامل للاستفادة من نعمة الشرع، كراهية الإسلام للفقر، الشعور بالمسؤولية، النظام الاجتماعي والمسؤولية العامة، الغزو الفكري في حياة المسلمين، معارف غير معارف الإسلام، المناهج الضالة، التعليم والإعلام الأجنبيين.

الفصل الرابع: وسائل الدعوة والإعلام، تمهيد، الإنسان ووسائل الاتصال، مكانة الاتصال الشخصي بين وسائل الاتصال، معنى الاتصال الشخصي، تاريخ الاتصال الشخصي، مميزات الاتصال الشخصي، مميزات الاتصال الشخصي في الإسلام، قياس أهمية كل وسيلة بمدى قربها من الاتصال الشخصي، التعاون بين الوسائل المشروعة، الفرق بين التأثير والفاعلية من جهة وبين الإقبال والاهتمام والتأثير، السلبي من جهة، استعمال الأعداء للاتصال الشخصي، أخطار اعتماد المسلمين على وسائل الاتصال الجماهيرية وإهمال الاتصال الشخصي، الاتصال الشخصي وسيلة الإسلام الأساسية، المشروع من وسائل الإعلام وغير المشروع، تاريخ المسرح يدل على منافاة التمثيل للعزة، الغناء والرقص والموسيقى والتصوير، الواقع يحكم بفساد الوسائل التي تركها الرسول والتي نهى عن استعمالها، الإسلام يغطي الأرض بالاتصال الشخصي، ثمامة بين أثال الحنفي، الرسائل والرسل، حاملو الرسائل صورة من صور الاتصال الشخصي، الوفود، الوسائل المباحة تعاون الاتصال الشخصي، الكتاب، الكتاب وسيلة معاونة للأنبياء في اتصالهم، كتب الفكر الإسلامي كتب الإسلام تنشئ آراء جديدة، المقصود بالتعاون، المنافقون والفاسقون والمثلون، الصحافة والإذاعة، غيرهما، التخلف في ميدان العلم التجريبي، موقف

الدول الإسلامية، صناعات لم نصنعها فلنحسن استخدامها، استغلال غفلة المسلمين، الدبابة والمدفع، محتويات الكتاب.

٢٣٧- الفلم القرآني: عبد الرحمن الباني

-بيروت: المكتب الإسلامي، الرياض: مكتبة أسامة، ١٤٠٣، ٣٩ص.

٢٣٨- فن التحرير الصحفي الإسلامي وتطبيقاته العملية في مجلة "الأمان" في عامين (١٣٩٩-١٤٠٠هـ): إعداد سليمان عثمان محمد، إشراف مصطفى حسين كمال

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، [١٤٠٦هـ]، ٣٥٨ ورقة - (اطروحة دكتوراه).

٢٣٩- القدوة الحسنة وأثرها في الإعلام بالإسلام: عبد الله سعد الضياف

-د. م: المؤلف، ١٤٠٥هـ، ٣٨٢ص.

٢٤٠- القمر الصناعي الإسلامي تحد حضاري وضرورة عصرية: ماجي الحلواني

القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٤٠٧هـ، ١٤٢ص.

٢٤١- قواعد الرسالة الإعلامية في الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي: محمود بن محمد الأمين باب-

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، (رسالة ماجستير).

٢٤٢- قياس الرأي العام/ دراسة نقدية في ضوء الإسلام سعيد بن علي بن ثابت ١٣٦٩هـ ،١٤١٩هـ/ ١٩٩٩م ، ١٢٥ صفحة.

٢٤٣- قيمة الحرية في الإعلام الإسلامي:إعداد محمد عبد الله المشرف، إشراف

عبدالرزاق السامرائي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ، ١٩٤ص (رسالة ماجستير).

٢٤٤- كيف نخدم الإسلام من خلال الانترنت/ تركي بن أحمد العصيمي ،

السعودية دار المعارج للنشر والتوزيع ، ١٤٢١هـ/ ٢٠٠٠م ٢٤٦ صفحة.

المقدمة

الفصل الأول : لماذا الانترنت؟

واجبنا تجاه الإسلام ، الغزو الفكري ، السقوط الحضاري، الإسلام والانترنت، الانترنت وسيلة من وسائل الدعوة.

الفصل الثاني : الأعداء والانترنت

استغلال الأعداء للشبكة، أنواع المخاطر، أنواع المواقع المعادية للإسلام.

الفصل الثالث : نحن والانترنت

تاريخنا مع الانترنت، موقف المسلمين من الانترنت، بين السلبية والإيجابية، الإيجابية المطلوبة.

الفصل الرابع : استخدام البريد الالكتروني

نظرة عامة ، أهميته، آداب استخدامه ، اختصارات، كيف يستخدم في البريد الالكتروني في الدعوة إلى الله، القوائم البريدية، أمثلة.

الفصل الخامس: ساحات النقاش والمجموعات الأخبارية

الفصل السادس : الدردشة والحوار المباشر

الفصل السابع : مواقع الانترنت

تعريف ، فوائد مواقع الانترنت، كيفية إقامة مواقع مفيدة، قصص وأمثلة، مواقع نموذجية.

الملحق أ : فتاوى عن الانترنت

الملحق ب : الحماية من أخطار الانترنت

الملحق ج : نصائح وأفكار عند التعامل الانترنت

الملحق د : الدليل

المراجع

٢٤٥- مبادئ الإعلام الإسلامي : منير حجاب

(الإسكندرية: المطبعة العصرية ١٩٨٢)

٢٤٦- مدخل إلى الإعلام : سيد محمد ساداتي الشنقيطي

الرياض دار عالم الكتب ١٤١١

إيضاح، المقدمة(تعريف الإعلام لغة، تعريف الإعلام اصطلاحاً، تعريف الإعلام في لسان الشرع مراحل التبليغ، الحاجة إلى الإعلام)، مصطلحات إعلامية، رؤية إسلامية للإعلام ، فكرة موجزة عن الإعلام في المملكة العربية السعودية.

٢٤٧- مدخل إلى الإعلام الإسلامي: سعيد إسماعيل صيني

القاهرة: دار الحقيقة والإعلام ١٤١١

المقدمة، منطلقات عامة للتأصيل النظري، المنهج العام للكتاب، حواشي المقدمة

الفصل الأول: تعريف الإعلام الإسلامي: مقدمة، مشكلة الدراسة، منهج الدراسة، نتائج الدراسة، كلمة الإعلام، الممارسات أو المواد الإعلامية، الأبحاث الإعلامية، كلمة إسلامي، العناصر الإعلامية وكلمة إسلامي، السمات العامة

للفتاوى، العناصر المقترحة للتأصيل، التأصيل النظري للإعلام، التأصيل التطبيقي للإعلام، حواشي الفصل الأول .

الفصل الثاني: هل هناك إعلام إسلامي: مقدمة، مشكلة الدراسة، منهج الدراسة، نتائج الدراسة، الكتابات النظرية الجهود المبكرة، المنهج ومصادر المادة العلمية، القران الكريم والإعلام، المداخل المتميزة.

الممارسات التطبيقية(المواد الإعلامية المطبوعة، المواد الإعلامية المسموعة، المواد الإعلامية المرئية المسموعة، ملاحظات على الإعلام التطبيقي، ضرورة الإعلام الإسلامي)، أسباب الوضع الراهن (الأسباب الخارجية، الأسباب الداخلية)، حواشي الفصل الثاني.

الفصل الثالث: نموذج العملية الاتصالية: الجهود السابقة، الزاوية الاتصالية العامة، الكتابات الإعلامية الإسلامية، مشكلة الدراسة، السمات العامة للمنهج، النموذج المقترح، العلاقة بين المصدر والمستقبل، المصادر وأنواعه، أنواع الرسائل، مستقبل الرسالة، حواشي الفصل الثالث .

الفصل الرابع: المصدر

مقدمة، مشكلة الدراسة، منهج الدراسة، نتائج الدراسة، ملخص أنواع المصادر، مصادر الرسائل المنقولة، مصادر الرسائل المكتسبة، العلوم البشرية، المصادر المعنوية، المصادر المادية، الأهداف الرئيسية للمصادر، الوظائف الرئيسية للمصادر، حواشي الفصل الرابع .

الفصل الخامس: توثيق المصدر: مقدمة، الجهود القديمة، الجهود المقننة، المنظور الإسلامي، مشكلة الدراسة، منهج الدراسة، نتائج الدراسة، الكتابات الدعوية، الكتابات التعلمية، رواية الأحاديث، المصدر والعناصر الأخرى (المصدر والوسيلة، المصدر والرسالة، المصدر والجمهور)، الخلاصة، حواشي الفصل الخامس

الفصل السادس: منشأ اللغة:

مقدمة، النظرية التطورية، النظرية الدينية، مشكلة الدراسة، منهج الدراسة، نتائج الدراسة، أصل الإنسان، أصل اللغة، الخلاصة، حواشي الفصل السادس

الفصل السابع: المنظور الإسلامي للأخبار:

مقدمة، مشكلة الدراسة، المعالم الرئيسية للمنهج، نتائج الدراسة، التعريف، قواعد التحقيق (رد الخبر لله ورسوله، إقرار المعني بالأمر،الشهود، السمة البارزة، ظروف، الحادثة وتطوراتها، المبالغة والطبيعة البشرية)، الموقف العام من النشر، حالات نشر الاخبار(أهداف نشر الأخبار، وظائف نشر الأخبار)، الموضوعية، حواشي الفصل السابع.

الفصل الثامن: أساليب الإقناع في القرآن الكريم:

مقدمة، مشكلة الدراسة، منهج الدراسة، نتائج الدراسة الأساليب العقلية، العقلية القولية، العقلية العملية، الأساليب العاطفية، العاطفة القولية، العاطفة العملية، الأساليب الفريدة، فريدة عقلية، فريدة عاطفية، تعقيبات، حواشي الفصل الثامن.

الفصل التاسع: مستقبل الرسالة: مقدمة، الجهود المبكرة، المنظور الإسلامي، مشكلة البحث، منهج الدراسة، نتائج الدراسة أصناف المستقبلين للرسالة، السمات الثابتة، السمات العقلية والنفسية، السمات العقدية، السمات الاتصالية، أثر سمات المستقبلين للرسالة، صفات المصدر، توقيت الرسالة، التدرج في بث الرسالة، صياغة الرسالة، اختيار البراهين، ردود فعل المتلقين، حواشي الفصل التاسع، قائمة المصادر العربية، قائمة المصادر الأجنبية.

٢٤٨- مدخل إلى الإعلام والجهاد من المنظورين الإسلامي والوضعي : نور الحق إبراهيم

(المدينة المنورة: مكتبة الإيمان ١٤٠٩)

المقدمة

الفصل الأول: الإعلام والجهاد والعلاقة بينهما

تعريف الإعلام، تعريف الجهاد، العلاقة بين الإعلام الإسلامي والجهاد، حواشي الفصل الأول ومراجعه

الفصل الثاني: موقف الإعلام من الجهاد

الإعلام الإسلامي وموقفه من الجهاد، مادة الجهاد في الإعلام القرآني، موقف صارم ومنطقي

الواقع المرير لإعلامنا المعاصر، مطلب إعلامي عاجل، الإعلام الوضعي وموقفه من الجهاد، خوف حقيقي وتحذير جاد

وصمة الإرهاب وأخواتها، نماذج أخرى من التشويه ، نموذج فرنسي مثير، موقف قديم ، لماذا هذا الموقف؟ وكيف؟

الفصل الثالث: مقومات الإعلام ودورها في إبراز الموقف الإعلامي من الجهاد.

القائم بالاتصال، وسائل الإعلام، الرسالة الإعلامية، جمهور وسائل الإعلام ، التأثير الإعلامي، خاتمة، الفهرس

٢٤٩- مدخل تكنولوجيا التعليم وتطبيقاته في البرامج الدينية: إبراهيم إمام

- الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٧هـ، بحث غير منشور قدم إلى ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج.

٢٥٠- المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي: عمارة نجيب-

القاهرة: الفاروق الحديثة، ١٤٠٣هـ.

٢٥١- المرأة بين الإعلام الإسلامي والإعلام المعاصر: شحاتة محمد السيد نور الدين -

الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٣هـ، ٢٨٦ ورقة (رسالة ماجستير)

٢٥٢- مسئولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد : دكتور رشدي شحاتة أبو زيد

الطبعة الأولى ١٤١٩ هـ-١٩٩٩ م دار الفكر العربي - القاهرة

المقدمة، الفصل الأول: التعريف بالإعلام ومسؤوليته في ظل النظام العالمي الجديد

المبحث الأول: التعريف بالإعلام الإسلامي، تعريف الإعلام في اللغة والاصطلاح، تعريف الدعوة، أنظمة الإعلام الإسلامي، عرض الرسول نفسه على القبائل، إقامة العلاقات الودية مع الرسول، بعثات الرسول إلى الأمراء والملوك، المسجد،الوقف.

المبحث الثاني: التعريف بالمسؤولية في الفقه الإسلامي، أقسام المسؤولية وبيان أهميتها، تعريف الأمانة، أقسام الأمانة:

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، معنى الأمر والنهي عن المنكر وما يشبهها من ألفاظ، حكم الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، مراتب الإنكار.

المبحث الثالث: مفهوم النظام العالمي الجديد((العولمة)) وموقف الفقه الإسلامي منه، تعريف النظام العالمي الجديد، موقف الفقه الإسلامي من النظام العالمي الجديد، التعريف بالدين الإسلامي، اللغة المستخدمة في النظامين، العالمية، عالمية الإسلام، عالمية النظام الجديد، الصلاحية، الدلائل العلمية على صلاحية الشريعة الإسلامية للتطبيق في كل زمان ومكان، أسلوب القرآن في بيان الأحكام، السنة النبوية، الإجماع، قول الصحابي، المصالح المرسلة، الاستحسان، سد الذرائع،

العرف، شرع من قبلنا، تطبيق الشريعة الإسلامية في معظم بلدان العالم العربية والإسلامية وغير العربية مثل((ماليزيا)) و((اندونيسيا))، سبق الشريعة الإسلامية بإحداث النظريات القانونية، المبادئ الدالة على صلاحية الشريعة الإسلامية لكل زمان ومكان، الشمول، عريف الشريعة الإسلامية، الأحكام التي تشملها الشريعة الإسلامية، تقسيم موضوعات الفقه الإسلامي، الفرق بين العبادات والمعاملات، العلاقة بين الشريعة والفقه، تنظيم الإسلام للمجتمع، تنظيم الإسلام لعلاقات الحرب والسلم، نظام الدولة في الإسلام، مفهوم الاقتصاد في الإسلام، السس العامة للتشريع الإسلامي، رعاية مصالح الناس جميعاً، تحقيق العدالة بين الناس جميعاً، رفع الحرج وقلة التكاليف، التعقيب والموازنة.

الفصل الثاني: الصورة الذهنية للسلام والمسلمين عند الغربين والرد عليها

تمهيد:

المبحث الأول: الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين لدى الغرب، الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين على شبكة الانترنيت والمصطلحات المزيفة التي يستخدمها الإعلام الغربي ، الصورة الذهنية للمسلمين في مجال الصحافة والمؤتمرت الدولية، صورة الإسلام في تصور علماء وفلاسفة الغرب والمستشرقين.الإبداع الأدبي المعاصر المناهض للإسلام والمسلمين.

المبحث الثاني: الرد على مفردات الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين لدى الغربين، الرد على الصورة الذهنية السلبية للاسلام والمسلمين على شبكة الانترنيت، نظرة الإسلام للمرأة، الرد على المصطلحات التي يستخدمها العالم الغربي، الرد على الصورة الذهنية السلبية للإسلام والمسلمين في مجال الصحافة الغربية، الرد على الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين في مجال المؤتمرات، الرد على تصور علماء وفلاسفة الغرب، الرد على تصور المستشرقين للإسلام والمسلمين، الرد على الإبداع الأدبي الغربي المعاصر المناهض للإسلام في مجال الروايات والقصص.

الفصل الثالث: كيفية تحسين الصورة السلبية للإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي.

المبحث الأول: مقومات الإعلام الإسلامي، اختيار الكفاءات الإسلامية للعمل في مجال الإعلام الإسلامي، تدريب الكفاءات الصالحة للعمل في مجال الإعلام الإسلامي، استخدام تكنولوجيا الاتصالات في خدمة الدعوة الإسلامية، كشف زيف الإعلام الغربي، إجراءات الدراسات المستمرة للبلاد المختلفة للعمل على تحقيق وحدة المسلمين، إيجاد علاقات بين المراكز الإسلامية في الخارج والوزرات والهيئات المعنية بالدعوة الإسلامية في الداخل.

المبحث الثاني: خصائص الإعلام الإسلامي، إنه إعلام إسلامي مسؤول، دور الإعلام في حماية القيم والحفاظ على الإسلام، الإعلام الإسلامي ونقل الشائعة، موقف الإعلام الإسلامي من مدرسة الإثارة، الإعلام الإسلامي وقول الزور، الإعلام الإسلامي ومصادر المعلومات، المقصود بفقه الموازنات، الإعلام الإسلامي حق لكل مسلم ومسلمة، توضيح وتثبيت العقيدة، تبليغ الدعوة عن طريق نشر الخبر الصادق، أنظمة الإعلام الإسلامي، موقف الإسلام من العنف الاجتماعي، النظام التعليمي، بيان الحق ودفع الباطل عن طريق الإخلاص في النصيحة، الإعلام الإسلامي يعتمد على مخاطبة العقول وأعمال الذهن، الإعلام الإسلامي يعمل على إعداد المسلم على منهج الله، الاعداد الروحي، الاعداد الجسمي، الإعداد الوجداني، الاعداد الاجتماعي، الإعداد المهني، دور وسائل الإعلام في إعداد الشخصية المسلمة، الإعلام الإسلامي عام وعلني، كيفية الخطاب الإسلامي في ظل العولمة، حكم ترجمة القرآن الكريم، النتائج والتوصيات، المراجع، الفهرس.

٢٥٣- المسؤولية الإعلامية في الإسلام : محمد سيد محمد

(القاهرة: مكتبة الخانجي ١٤٠٣)

مقدمة، تمهيد: المسؤولية.

الفصل الأول: ما الإعلام الإسلامي؟، تعبير الإعلام ما الإعلام وما الاتصال، أركان العملية الإعلامية، تعريف علم الإعلام، الوظائف المعاصرة للإعلام. الوظيفة الأخبارية، وظيفة التنمية، الوظيفة التربوية، وظيفة الشورى أو الوظيفة الديمقراطية، الوظيفة الترفيهية، الوظيفة التشويقية أو وظيفة الإعلانات، وظيفة الخدمات العامة، تعريف الإعلام الإسلامي، الحضارة، العقيدة، الدعوة ، الثقافة، الفكر، الإعلام الديني المعاصر، التخطيط جوهر المشكلة، من الذي يقوم بالتخطيط الإعلامي.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام في عصر النبوة، طبيعة ومفهوم وسائل الإعلام أو وسائل الاتصال الجماهيري، وسائل الإعلام في عصر النبوة بين التحديد والخلط بوسائل الاتصال الحضاري، الخطبة، اللقاء أو الندوة أو المحاضرة، المسجد بعث المندوب الإعلامي أو المعلم، استقبال الوفود وإقامة الراغبين في تلقين الدعوة عند النبي (صلى الله عليه وسلم) المناظرة والحوار، الوسائل ومسيرة الدعوة، حلقات الإعلام بالدعوة، الطور العلني للدعوة، الفعل ورد الفعل، الإعلاميون الشهداء، إعلام الدولة النواة، الرسائل إلى الملوك وسيلة إعلام دولي، بيان الحقوق والواجبات في خطبة الوداع.

الفصل الثالث: الدور الإعلامي للشعر في عصر النبوة

العرب أمة شاعرة.. كيف؟، الاختيار الصعب للشعر والشعراء، شعراء الدعوة في عصر النبي، حسان بن ثابت، عبد الله بن رواحة، كعب بن مالك، كعب بن زهير بن أبي سلمى، عبد الله بن الزبعري، (قائمة شعراء المشركين)، كعب بن الأشرف، أبو عزة ، وخلاصة القول في الدور الإعلامي للشعر في عصر النبوة، ملخص الفصل الثالث: أسواق العرب في الجاهلية.

الفصل الرابع: الحرب النفسية في عصر النبوة، مفهوم الحرب النفسية، النماذج التاريخية، جنكيز خان والحرب النفسية ، في الحرب العالمية الأولى ثم الثانية، قتل

المجاهدين وتزوير الخيانة، الصهيونية والدعاية السوداء، اللغة العربية والحرب النفسية، جهاز كشف الكذب، الدعاية، الرأي العام، معسكر الحرب النفسية ضد الإسلام، المنافقون، الأساليب والوقائع، أساليب الحرب النفسية في عصر النبوة التكذيب، الاتهام بالسحر، السب والشتائم، الغمز واللمز، اشتعال الفتنة، المنافسة، أسئلة تعجيزية، المغالطة، حملات التيئيس، تعليق تفسيرات للآيات، محاولة رد المسلمين، الحسد والحقد، محاولة فتنة الرسول نفسه، تعميم الأخطاء الفردية، التشفي والغل، التفكير في نبش القبور، بث روح التخاذل، محاولة الغواية، محاولة إنصاف الحلول، تشويه الصورة لدى المجتمع الخارجي، التشكيك في العقيدة، انتحال العذر القبيح، الحصار الاقتصادي، محاولات الاغتيال، الحرب النفسية في غزوة بني المصطلق وفي أعقابها، الفتنة بين الأنصار والمهاجرين، حديث الإفك، مسجد الضرار ادعاء النبوة، الدروس المستفادة.

الفصل الخامس: فلسفة الإعلام في الإسلام، ماذا نقصد بفلسفة الإعلام؟، سياسات الإعلام، نظريات الإعلام، نظرية السلطة، نظرية الحرية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، النظرية السوفيتية، النظرية الليبرالية للإعلام، النظرية الشمولية للإعلام، النظرية المختلطة للإعلام، ما هي فلسفة الإعلام، (الآيات التي تتناول العملية الإعلامية)، (الأحاديث التي تتناول العملية الإعلامية)، (النظرية الإعلامية الإسلامية)، الإعلام الإسلامي إعلام عقائدي، حق لكل مسلم ومسلمة، فرض كفاية، إعلام عام علني، إعلام بلا إكراه.

(عناصر العمل في ظل الفلسفة الإعلامية الإسلامية)، الفرد، المجتمع المحلي والدولي، القائم بالإعلام، السلطة، المصادر المالية والمؤسسات، المحتوى أو المضمون، موقف الإعلام الإسلامي من مدرسة الإثارة، من الترويح، موقف الإسلام من نقل الشائعة، من السب والقذف، من الجدل والحوار والوصف ودقة النقل.

الفصل السادس: المجال الدولي للإعلام الإسلامي، (الإحصائيات الدولية عن الإعلام في العالم)، (تعريفات الإعلام الدولي)، (وسائل الإعلام الدولي)، (الفروق بين الإعلام الخارجي والإعلام الدولي)، منظمات الإعلام الدولي، (الأمم المتحدة)، منظمة الصحفيين العالمية، معهد الصحافة الدولي، أين يقف الإعلام الإسلامي في خريطة الإعلام الدولي؟، رابطة العالم الإسلامي، منظمة المؤتمر الإسلامي، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، مسجد باريس، المركز الثقافي الإسلامي بمسجد لندن، منظمات الإعلام الدولي الإسلامي ومشاكلها، وكالة الأنباء الإسلامية الدولية، منظمة إذاعات الدول الإسلامية، مشاكل منظمات الإعلام الإسلامي،الإمكانات الإعلامية في الحج، مركز عالمي للإعلام بالإسلام، ماذا يواجه الإعلام الإسلامي على الساحة الدولية، تصور الهيكل التنظيمي للمركز الدولي للإعلام الإسلامي، ملحق الفصل السادس، قرارات وتوصيات المؤتمر العالمي الأول للإعلام الإسلامي، ميثاق جاكرتا للإعلام الإسلامي، دستور وكالة الأنباء الإسلامية الدولية النظام الأساسي لمنظمة إذاعات الدول الإسلامية، خاتمة ميثاق شرف إسلامي للإعلام،

٢٥٤- مسؤولية الإعلام الإسلامي في مواجهة الدعاية الصهيونية: موسى إبراهيم حسن أبو عزب

-الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ (رسالة ماجستير)

٢٥٥- مسيرة ثماني سنوات من عمر صفحة الشؤون الدينية بجريدة الوطن: بقلم سالم أحمد الناشئ الكويت: الدار السلفية، ١٤٠٥هـ، ٤٢ص.

٢٥٦- مصاهرات الرسول صلى الله عليه وسلم للقبائل وآثارها الإعلامية: حسين إبراهيم الأحمدي،

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، (رسالة ماجستير)

٢٥٧- مصادر الأخبار في العهد المدني، وبه دراسة تحليلية مقارنة لمصادر الأخبار الحديثة في ضوء منهج الإسلام في الخبر: تأليف أحمد محمد محمد المزعنن

- الرياض: صبري للنشر، ١٤١٠هـ، ٤٠٤ص، الأصل: رسالة ماجستير - الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، ١٤٠٣هـ.

٢٥٨- المضمون الإسلامي للصحافة الإسلامية، مع دراسة تحليلية لمجلة "سيدتي": محمد ضياء الدين ملا جفجي

- المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، (رسالة ماجستير)

٢٥٩- معالجة الصحافة السعودية لقضايا الأقليات المسلمة في العالم: جواد راغب الدلو

- الرياض: جامعة الإمام، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٠٩هـ (أطروحة دكتوراه).

٢٦٠- مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم: دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله: سيد محمد ساداتي الشنقيطي -

الرياض: دار عالم الكتب، ١٤٠٦هـ، ١٠٤ص - (دراسات في الإعلام الإسلامي والرأي العام).

٢٦١- مفهوم المسرح الإسلامي والمسرح الغربي، دراسة مقارنة: عدنان محمد وزان

(الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ١٤٠٩)

تقديم (لمدير جامعة الإمام الدكتور عبد الله التركي)، تمهيد، العلاقة بين الدين والأدب، الأدب الإسلامي، الالتزام في الأدب الإسلامي، افتراءات كاذبة حول موقف الإسلام من المسرح، مفهوم فن المسرح الإسلامي مقارناً بالمسرح الغربي،

المسرح الغربي المسرحيات الأخلاقية ، المسرحيات الإعجازية .مسرحيات الأسرار ، المسرح الإسلامي فكرته وأهدافه، لغة الأدب المسرحي في الإسلام، خاتمة.

الالتزام بالمظهر الإسلامي، الشكل المقبول، صفة خاصة بالراديو، القدرة على الوصف، خاتمة،

٢٦٢- مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي ، كتاب عدة

كتاب الأمة : (قطر: الأمة شعبان ١٤١١)

إضاءات حول الإعلام الإسلامي، عبدالقادر طاش، تمهيد، لماذا الإعلام الإسلامي؟، ما هو الإعلام الإسلامي الذي نريد؟، كيف نصل إلى الإعلام الإسلامي؟، الإعلام العربي المعاصر بين الواقع والأمل، واقع الإعلام الدولي المعاصر، مظاهر التبعية الإعلامية في العالم العربي، التحرر من التبعية ضرورة ومطلب، الإعلام العربي والأمل والمنشود، التعاون العربي لتحقيق أهداف التحرر الإعلامي.

خطبة الجمعة في العالم الإسلامي" ملاحظات لا بد منها" محمد عماد محمد، أهمية الكلمة ودور خطبة الجمعة، توظيف خطبة الجمعة في البناء الفكري والإعلام الإسلامي، نماذج لخطب قليلة الجدوى، الخطبة فن يحتاج إلى مواهب خاصة وثقافة واسعة، ملاحظات ينبغي أن يتجنبها الخطباء(عدم التوازن في طرح المواضيع، عدم التناسق بين أنفعال الخطيب وموضوع الخطبة، الارتجال بلا كفاءة، عدم مراعاة جمهور الخطبة، الإطالة، المنهج الموضوعي في الطرح استهلاك المنبر في القضايا الخلافية والحزبية، عدم مراعاة الرواد الجدد للخطبة)، اقتراحات على الطريق النهوض

شعيرة الأذان ودرس في الإعلام الإسلامي، سيد رزق، الصلاة ودورها الإعلامي، صورة الأذان الإسلامي قيمة إعلامية كبيرة، كلمات الأذان وما وراءها من

مدلولات، الأذان سمعة المجتمع المسلم.

دور الصحافة الإسلامية في العصر الحديث، جمعة علي الخولي، الغزو الفكري، الكلمة الطيبة، رسالة الصحافة، تعتيم إعلامي عجيب، الصحافة التي نريد، أمانة الكلمة.

٢٦٣- مقدمة السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية: د. عبدالله بن عبدالمحسن التركي

(الرياض – جامعة الإمام محمد بن سعود – ١٤٠٤ هـ)

٢٦٤- مقدمة علمية لدارسي الإعلام/ ماجد عبد العزيز التركي:

ط١، ١٤٢٠ / ٢٠٠٠م، ٦٥ صفحة :

٢٦٥- مقومات رجل الإعلام الإسلامي : تيسير محجوب الفتياني

(عمان: دار عمار ١٤٠٨)

المقدمة،

الباب الأول: بين الدعوة والإعلام، تمهيد.

الفصل الأول: الدعوة والإعلام والفرق بينهما، تمهيد، التعريف بالدعوة: الدعوة لغة، الدعوة اصطلاحاً، نقد التعاريف، التعريف بالإعلام: الإعلام لغة، الإعلام اصطلاحا، تعريف الإعلام الإسلامي،

الفصل الثاني: الدعوة والإعلام قديماً وحديثاً، تمهيد الإعلام قديماً، تطور الإعلام، مجالات الإعلام في الجزيرة العربية، الإعلام عند العرب أنفسهم، القصيدة الشعرية، الخطبة والخطباء، المناداة، الأعياد، الأسواق: سوق دومة الجندل، سوق المشقر، سوق هجر، عكاظ، أسواق متفرقة. الندوة، إشعال النار على رؤوس الجبال، الكتب الدينية، العهود والمواثيق والأحلاف، الرسائل الخاصة، بيوت العبادة، القصص،

الأمثال،الإعلام بين العرب وغيرهم ، التجارة، إنشاء المدن والامارات المجاورة للفرس والروم، اليهودية والنصرانية، الغزوات، أساليب الإعلام في صدر الإسلام ووسائله، القصيدة الشعرية، الخطبة، القرآن الكريم، الحديث الشريف، القدوة الحسنة، الاتصال الشخصي والجمعي، المسجد، الهجرات، البيعات، أساليب الإعلام في صدر الإسلام، منهج الإعلام بالدعوة في عهد الصحابة، في العهد الأموي، في العصر العباسي، في العهد الفاطمي، الإعلام في العصور الوسطى.

الفصل الثالث: مشروعية الإعلام في الإسلام وأهميته، تمهيد، المنطلقات الأساسية التي تنبثق منها مشروعية الإعلام في الإسلام ، حكم الدعوة إلى الله والإعلام بدينه،

الباب الثاني: مقومات رجل الإعلام الإسلامي.

الفصل الأول: المقوم الروحي، العقيدة، تعريف العقيدة، مفهوم الإيمان أو العقيدة، حاجة رجل الإعلام إلى العقيدة الصحيحة، أثر العقيدة في حياة رجل الإعلام، العبادة، معنى العبادة ومفهومها، أثر العبادة على رجل الإعلام، الأخلاق، تعريف الأخلاق، بين العقيدة والأخلاق، شمول الأخلاق، وسائل اكتساب الأخلاق عند رجل الإعلام ، التدريب العملي والرياضة النفسية، الغمس في البيئات الصالحة، القدوة الحسنة، سلطان الدولة الإسلامية، من أخلاق رجل الإعلام الإسلامي، حب الحق وإيثاره، الصدق، الأمانة، الصبر، الرحمة،التواضع.

الفصل الثاني: المقوم المظهري أو البدني، نظافة رجل الإعلام، نظافة المكان، أهمية التربية المدنية لرجل الإعلام الإسلامي، رجل الإعلام والقوة، المظهرية لاتعني الكبر والعجب.

الفصل الثالث: المقوم العلمي، منزلة العلم في الإسلام، الحث على طلب العلم، الدين والعلم، الهدف من العلم، طرق تحصيل المعارف عند رجل الإعلام الإسلامي، التربية العقلية لرجل الإعلام، تقدير العقل في الإسلام، تربية الإسلام لعقل رجل الإعلام، أفق رجل الإعلام العلمي، العلم الذي ينبغي أن يعرفه رجل

الإعلام الإسلامي، علم الحياة، علم النفس، علم التاريخ، علم الفلسفة.

رجل الإعلام واللغات، ثقافة رجل الإعلام، العلم والعمل.

الفصل الرابع: المقوم الفني، الموهبة الفطرية والاستعداد، الاستعداد الانضباطي، الإبداعي، الجهادي، الدعوة إلى التخصيص الدقيق، سرعة البديهة، فنية الأسلوب، ماذا نعني بفنية الأسلوب، حاجة رجل الإعلام الإسلامي إلى الأسلوب الفني، رجل الإعلام الإسلامي والالتزام بالفنون والأدب، العناصر الأساسية للأسلوب الفني، مراعات الكلام لمقتضى الحال، اتقان الأسلوب الفني مع الالتزام بقواعد اللغة وضوابطها، وأن يخلو من التعقيد المعنوي، تكوين رجل الإعلام الإسلامي، التدريب على الخطابة، التدريب على البحث العلمي، التدريب على معرفة الأهداف، التدريب على معرفة الرسالة، التدريب على الاستخدام الأرقى لوسائل الإعلام ، الخاتمة والنتائج والتوصيات، المصادر، المراجع، الفهرس.

٢٦٦- مكانة الأمن في الدولة الإسلامية وكفالة حرية الإعلام الإسلامي: فهد بن عبد العزيز حمد الدعيج

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ- (رسالة ماجستير)

٢٦٧- مكانة الصحافة في نشر الدعوة الإسلامية: عبد العزيز بن محمد زين

- الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٢هـ، ٢٥١ ورقة (رسالة ماجستير)

٢٦٨- ملامح من الثقافة الإسلامية في الإعلام السعودي المعاصر: سليمان بن محمد العيدي

الرياض: دار الطاير، ١٤١٣هـ، ١١٧ص

٢٦٩- من خصائص الإعلام الإسلامي : محمد خير رمضان يوسف

(مكة المكرمة: رابطة العالم الإسلامي ١٤١٠)

مقدمة، من خصائص الإعلام الإسلامي، تعريف الإعلام الإسلامي، أهداف الإعلام الإسلامي، الغاية من الإعلام الإسلامي،

الفصل الأول:عمومية الإعلام الإسلامي، مدخل، على نطاق الأمة، أو النطاق العام، الإعلام على النطاق الجمعي، على النطاق الفردي، خاتمة.

الفصل الثاني: استقلالية الإعلام الإسلامي، مقدمة، المصدر الرئيسي للتشريع، مصدر خاص بالمعلومات للمسلمبن، بين الإعلام الإسلامي، والإعلام المضل خاتمة الفصل.

الفصل الثالث: ثبات الإعلام الإسلامي بثبات مصدره، مقدمة، تقسيم الأحكام الشرعية، أمثلة وأدلة على ثبات الإعلام الإسلامي، خاتمة الفصل.

الفصل الرابع: إيجابية الإعلام الإسلامي، مقدمة، المرونة والتكييف في الأحكام، المحافظة والمعاشرة والخدمات الاجتماعية، العناصر الحيوية في العلم والدعوة، خاتمة الفصل.

الفصل الخامس: دافع المسؤولية في الإعلام الإسلامي مقدمة، الايمان بالغيب، الجزاء في الإسلام، الإيمان باليوم الآخر، حاجة الإنسان إلى عقيدة اليوم الآخر، آثار الإيمان باليوم الآخر إعلامياً وخلقياً، خشية الله في السر والعلن، حب البدء والحماس للتبليغ، أمثلة توضيحية عن الخشية من الله وقول الحق، الولاء القلبي خاتمة الفصل، خاتمة الكتاب، ثبت المراجع، محتويات الكتاب.

٢٧٠- من عمق الروح وصلب الفكر: دراسات في الأدب والتاريخ والإعلام الإسلامي:سهيلة زين العابدين حماد

- جدة: الدار السعودية للنشر، ١٤٠٥هـ، ٣٢٣ص

٢٧١- من فقه الإعلام الإسلامي:عمر التلمساني -

القاهرة: دار التوزيع والنشر الإسلامية، ١٤٠٩هـ، ٣٠ص

٢٧٢- من قضايا الإعلام في القرآن : رمضان لاوند

(الكويت: ١٩٧٩)

مقدمة عامة حول الإعلام والمعرفة في القرآن، لماذا الإعلام؟ ماهو الدور الذي قام به الإعلام في تاريخ البشرية، الإعلام علم أم فن؟ هل الرسالات السماوية ظاهرة إعلامية؟ خصوصية الرسالات السماوية أو خصائصها.

الباب الأول: الفصل الأول: آدم عليه السلام: النموذج البشري الباقي للإعلام السماوي، تمهيد، قصة آدم عليه السلام، استراتيجية إعلامية.

الفصل الثاني: نماذج بشرية أخرى ومفارقات، تمهيد، النموذج اليوناني، النموذج الروماني، النموذج الغربي الحديث، مفارقات، ملامح تاريخية للإعلام المزيف، الإعلام في مصر القديمة، الإعلام عند شعوب قديمة أخرى، الإعلام عند الجمعيات الباطنية في بعض العصور الإسلامية، جمعيات سرية في تاريخ المسيحية.

الفصل الثالث: مدل إلى سياسة الإعلام السماوي

الفصل الرابع: السياسة الإعلامية في القرآن

تمهيد، مع المنهج العلمي، عودة إلى نموذج آدم عليه السلام، بين الثوابت والمتغيرات، ، لماذا الرؤية الإعلامية؟ القسم المشترك، لماذا جريمة قابيل، مع نوح عليه السلام، نوح والطوفان، معجزة الطوفان، معجزة النار الباردة لماذا هذا التحول؟ لماذا استمرار العقوبات الزاجرة، الصورة الإعلامية حتى ذلك الوقت خلاصة، رفع قواعد البيت، لا مصادفات، مركزية، الجزيرة العربية، خامة روحية وبشرية، ملاحظات أخرى، إعلان الإسلام ديناً للبشر، مهمة لا امتياز لها، المعجزات الكبرى بعد إبراهيم عليه السلام

الفصل الخامس: المعجزات قبل محمد، موسى عليه السلام: الأنشطة الإعلامية الموسوية، عيسى عليه السلام، محمد عليه السلام ، قضية الإسراء والمعراج، تقويم المعجزة عامة، معجزة الإسراء، خلاصة.

الباب الثاني : الفصل الأول: الإعلام القرآني والحرية

الفصل الثاني: الإعلام القرآني وقول الحقيقة، لا تسوية ولا مساومات

الفصل الثالث: الإعلام القرآني والخلفية الثقافية المشتركة

الفصل الرابع: الإعلام القرآني والحوار المفتوح

الفصل الخامس: الواقعية في الإعلام القرآني، يوم أبي لهب، يوم بدر، سورة الأنفال، حديث الإفك، الثلاثة الذين خلفوا.

الفصل السادس: الإعلام القرآني والتصور الإسلامي

الفصل السابع: الإعلام القرآني والتكرار

الفصل الثامن: الإعلام القرآني والقصة

الفصل التاسع: الإعلام القرآني والثقة بالإنسان، طبيعة العصر، الأنشطة الإعلامية المعاصرة: الدعاية، التعليم، الإعلان، العلاقات العامة، عودة الى الإعلام القرآني، الثقة بالإنسان، المصارحة مع النبي (صلى الله عليه وسلم)، المصارحة مع المؤمنين.

الفصل العاشر: الإعلام القرآني والأخلاق، عمر وضمير الأمة، الوضوح في الأخلاق العامة، حساسية المثول أمام القيم الدينية، واقعة أبي عبيدة بن الجراح، واقعة سعد بن أبي وقاص، عمر ومعاوية، حوار طريف، موقف علي بن أبي طالب.

الفصل الحادي عشر: الإعلام القرآني وإعداد النخبة، يوم الحديبية، الصلاة باتجاه بيت المقدس

الفصل الثاني عشر: الإعلام القرآني والجغرافية الطبيعية والبشرية، الجغرافية البشرية

للصحراء الحراء رحم ولود، فهرس

٢٧٣- من قضايا الفكر في وسائل الإعلام: دراسة في الفكر الذي تبثه وسائل الإعلام:بقلم حمد بكر العليان، تقديم عثمان بن ناصر الصالح

-الرياض: المؤلف، المقدمة ١٤٠٦هـ، ١٢٢ص

٢٧٤- منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية: سليم عبد الله حجازي

(جدة: دار المنارة ١٤٠٦)

صلى الله عليه وسلم ، التحليل الإعلامي لرسالة بديل الشفوية، التحليل الإعلامي لرسالة بديل الشفوية

الفصل الثاني: الوفد الإعلامي الثاني برياسة الحليس بن زبان.

مجيء الوفد ورجوعه إلى قريش منكراً عليها اعتراضها للنبي وأصحابه، الوسيلة الإعلامية.

الفصل الثالث: الحرب النفسية في مفاوضات عروة بن مسعود، عروة يفاوض النبي ويعود إلى قريش معظماً للنبي، الحرب النفسية، هل نجحت الحرب النفسية أمام العقيدة الإسلامية.

الفصل الرابع: الوفود النبوية إلى قريش وأهمية بيعة الرضوان، وفود النبي صلى الله عليه وسلم إلى قريش، الشائعات وأهميتها الإعلامية، أساليب مقاومة الشائعات، بيعة الرضوان.

الفصل الخامس: وفد الصلح القرشي برياسة سهيل بن عمرو، سهيل بن عمرو يفاوض النبي صلى الله عليه وسلم على الصلح، كتاب الصلح، سورة الفتح تذيع الحقيقة في وقتها .

الباب الثالث: النتائج والآثار الإعلامية لصلح الحديبية

الفصل الأول: الإعلام الشفهي

تعريف الاتصال(وسائل الاتصال الشفوي التي مارسها الإسلام في أعقاب صلح الحديبية، القرآن الكريم، الأسلوب الإعلامي في الحوار ، الحديث الشريف، القدوة الحسنة،الكلمة الطيبة، الشعر، حركة الهمس، وسائل الاتصال الجمعي الميدانية: الأذان)

الفصل الثاني:الإعلام التحريري.

الإعلام الدولي التحريري، نماذج من الرسائل النبوية

الفصل الثالث: الأثر الإعلامي للغزوات والسرايا الحربية، طبيعة الحرب في الإسلام، الغزوات والسرايا، عمرة القضاء وأثرها الإعلامي، الدروس الإعلامية المستفادة من صلح الحديبية، الخاتمة.المراجع

٢٧٥- منهج الإعلام الإسلامي في توثيق العلاقات في الأمة الإسلامية: إعداد محمود محمد الأمين باب، إشراف إبراهيم إمام-

المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية، شعبة الدعوة، ١٤٠٦هـ، ٢جـ (٥٠٩ص) (أطروحة دكتوراه)

٢٧٦- المؤثرات الخارجية في الإعلام العربي: مصطفى بن محمد فكي صالح المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، (رسالة ماجستير)

٢٧٧- موازين الإعلام في القرآن الكريم: عزالدين بليق

(بيروت:دار الفتح للطباعة والنشر ١٤٠٣)

المقدمة

موازين الإعلام في القرآن الكريم:

١(الإسلام دين العلم): ٢(الإسلام يأمر بالعلم)، : ٣(حرية التفكير والحوار): ٤(الرد على الملحدين) ٥(أصناف الجمهور)، ٦(الرد على أهل الكتاب) : ٧(النصارى والكفر)، ٨(القرآن والمسيح): ٩(١٧٠٠ اية في الدعوة)،١٠(أسلوب الدعوة): ١١(الإعلام الصالح)،: ١٢(الإعلام المفسد):١٣(الإعلام الفاجر)، المحتويات

٢٧٨- موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الديني: دراسة تحليلية لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية: محمد منير محمد صابر حجاب

-القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٣٩٨هـ (اطروحة دكتوراه).

٢٧٩- الموقف من السينما الإسلامية : محمد وليد جداع

(المنصورة، مصر دار الوفاء ١٩٠٧)

مقدمة مجلة الصحوة اليمنية ،الفصل الأول: الإسلام والسينما.

الفصل الثاني: الفن الإسلامي.. ما هو؟،معاير السينما الإسلامية.

الفصل الثالث: السينما في البلاد العربية

نشأة السينما في البلاد العربية، واليهود أيضاً، أخطار البعد الاستعماري للسينما، والسينما العربية... حبيسة الاستعمار، التخريب.. أنموذجات.. أنموذجات، التأثيرات الأجنبية... بالأرقام، حضور السينما في البلاد العربية

الفصل الرابع: السينما والسلطة (سلطة الدولة في التوجيه الثقافي)

الرقابة: في مصر، وفي سوريا، التوجيه، صناعة الأفلام، الحاجة إلى سينما إسلامية،السينما والحلال والحرام

الفصل الخامس: في الطريق إلى سينما إسلامية

من يصنع السينما الإسلامية؟، موضوعات السينما الإسلامية، عقبات في طريق سينما إسلامية

الحلال والحرام... معضلة المرأة، التنظير لسينما إسلامية، صناعة السينما الإسلامية، التوصيل.. الحرية السياسية، سلم الأولويات.

اقتراحان عمليان

فلم ليلى والذئاب، ذئاب تنهش في لحم العرب، فلم الملائكة لا تسكن الأرض، فلم الجنة، فلم يمجد أرض الشرق ويشوه صورة العرب، فلم عشتار.. فلم يهاجم العرب، فلم جوهرة النيل .. العرب: السلف دكتاتوري والخلف أبله.

الفصل السابع: أنموذج لسينما إسلامية: فلم الحذاء

الإسلام والمضمون، الإسلام والشكل، مسائل إضافية مراجع البحث ،الفهرس

٢٨٠- نحو إعلام إسلامي: كامل البوهي

-القاهرة، ١٤٠٤هـ

٢٨١- نحو إعلام إسلامي ، إعلامنا إلى إين؟ : علي الجريشة

(القاهرة: مكتبة وهبة ١٤٠٩)

مقدمة

الباب الأول: باب تمهيدي

الفصل الأول: أمانة الكلمة، امانة الكلمة ومسؤوليتها

الفصل الثاني: ثورة الاتصال.. عصر الإعلام

الفصل الثالث: سوط عذب

الباب الثاني: إعلام وضعي

تقدمة في الحديث: ظهور المطبعة، ظهور وكالات الأنباء، ظهور وسائل الإعلام الحديثة: الإعلام، الدعاية، التعليم

الفصل الأول: الإعلام المعاصر

فلسفة الإعلام ونظرياته، النظرية الفردية في الإعلام، النظرية الجماعية في الإعلام، نظرية وسط

وظائف الإعلام الخبر، الترفيه، التثقيف، تقديم بعض الخدمات، الشورى والتنمية

عناصر العملية الإعلامية: المرسل، الرسالة أو الفكرة، الوسيلة، المرسل إليه

وسائل الإعلام الصحافة، الإذاعة الصوتية، السينما، الأقمار الصناعية

٢٨٢- نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية: إبراهيم إمام-

الرياض: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٣هـ - (سلسلة بحوث ودراسات،٤)

٢٨٣- نحو تأصيل للدراسات الاتصالية : سيد محمد ساداتي الشنقيطي

الرياض: دارعالم الكتب ١٤١٥هـ

مقدمة الكتاب، التحديات الفكرية والعلمية، التحديات الفكرية والمنهجية، المقدمة، تأثير وسائل الإعلام، كلمة في المصطلحات الدعوية، نحو تأصيل إعلامي متين، نقد النقد، مفاهيم إعلامية إسلامية في الميزان، تعريف الإعلام الإسلامي، أهداف الإعلان الإسلامي، الوسيلة، الترفيه والإعلام الإسلامي، المصادر، شيء للنقاش، الإعلام وسيلة لتحقيق أهداف العلاقات العامة، حالة القلب وأثرها، وجهة نظر تأصيل دراسات الإعلام، المراجع، الإعلام الوافد كيف نواجهه الخاتمة.

٢٨٤- النظرة الإسلامية للإعلام: محاولة منهجية : محمد كمال الدين إمام

(الكويت: دار البحوث العلمية ١٩٨٠)

مقدمة الطبعة الثانية: مقدمة الطبعة الأولى

تمهيد،الإعلام والدعاية،الإعلام وعلومه،الإعلام الإسلامي ومنهج الدراسة.

الباب الأول: الظاهرة الإعلامية

الفصل الأول: الفكرة الإعلامية

الفكرة الإعلامية: نشأتها وتطورها(اللغة أساس الإعلام، الكلام وتطور الإعلام)، عناصر العملية الإعلامية(ملامح الإعلام الحديث، هل الإعلام حر؟، العناصر الأساسية العملية الإعلامية، تأصيل العملية الإعلامية)

النظريات الحديثة في الإعلام (نظرية السلطة، نظرية الحرية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، النظرية السوفيتية)

الفصل الثاني: الأداة الإعلامية

وسائل الإعلام في المجتمعات القديمة، الإعلام البصري: الصحافة (من البداية، التاريخ الصحافة العربية الإسلامية)، الكتاب، (من البداية، الكتاب في العالم الإسلامي، دور الكتب في العالم الإسلامي)، التلفزيون: (ظهور التلفزيون، التلفزيون في مصر).

الإعلام السمعي: الخطابة(نظرية أرسطو في الاتصال)، الإذاعة(الإذاعة والخدمات الإذاعية في مصر)، إذاعة القران الكريم .

وكالات الأنباء: (وكالات الأنباء في مصر، وكالة أنباء مركزية في العالم الإسلامي)

الباب الثاني: النظرة الإسلامية في الإعلام

تمهيد(عقيدة تتطلب الإعلام ، لغة تستوعب الإعلام).

الفصل الأول: مدخل إلى الإعلام الإسلامي

الخصائص العامة للإسلام: (الربانية، الإنسانية، الشمول، الثبات والمرونة)، مصادرة النظرة الإسلامية للإعلام (القرآن الكريم، السُّنة).

الفصل الثاني: النظرة الإسلامية للإعلام.

خصائص الإعلام الإسلامي(الصدق، الواقعية، المرونة، الشكولية) .

الإعلام الإسلامي: الوظيفة والأهداف، وظائف الإعلام الإسلامي(الوظيفة البنائية، الوظيفة المعمارية)، أهداف الإعلام الإسلامي(تدعيم الإسلام ، تعميم الإسلام)

ملاحق الكتاب، توصيات اللقاء الثالث لمنظمة الندوة العالمية للشباب الإسلامي بالرياض والصادر في ٢٤/ ٩/ ١٩٦٧ الجزء الخاص بالإعلام (الأساس العقائدي والفكري، في مجال الإعلام المقروء، في مجال الإعلام المرئي والمسموع، في مجال

التأهيل والتدريب، توصيات ندوة معاهد الصحافة والإعلام في العالم العربي والتي أقامها المركز العربي للدراسات الإعلامية بالقاهرة من ٢٣/ ١١/ ١٩٧٦، توحيد وتطوير المناهج، التخطيط وتدعيم إمكانيات المعاهد، تأمين الكوادر التدريسية، التعاون بين المعاهد الإعلامية، التنمية القومية، خطة توحيد المناهج في المعاهد الإعلامية.المراجع، فهرس الكتاب.

٢٨٥- نشر الجريمة والعنف في وسائل الإعلام وموقف الإسلام منه: فتحي كامل خفاجي -

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٤هـ (رسالة ماجستير)

٢٨٦- نظريات الإعلام الغربية في ضوء الإسلام: محمد بن صدقة حنيفة، إشراف كرم شلبي، عبد المجيد معاذ-

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المهد العالي للدعوة، ١٤٠٦هـ، ١٦٤ ورقة (رسالة ماجستير)

٢٨٧- نظريات إعلامية في التخذيل والتثبيت في العصر النبوي: عبد الحميد زين الدين خوجة -

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، (رسالة ماجستير).

٢٨٨- النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية:فؤاد سيد عبدالرحمن الرفاعي

- الكويت: مكتبة الصحابة الإسلامية، [١٤٠٨هـ]، ١٥٦ص - (نصائح إسلامية: الدين النصيحة،٧).

٢٨٩- نقد التجربة الإعلامية الإسلامية/ محمد سعيد جربوعة ،

ط٢/ ١٤٢٥/ ٢٠٠٤ ميلادي ٦٧ صفحة

٢٩٠- نظريات الإعلام الإسلامي : منير حجاب

(الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٨١)

مقدمة

القسم الأول: الاتصال الإسلامي : نماذجه ونظرياته.

الباب الأول: التعريف بالاتصال الإسلامي "الدعوة الإسلامية"

تعريف الدعوة (التعريف اللغوي، التعريف الاصطلاحي، تعريف جامع للدعوة. مستويات الدعوة، الدعوة والأنشطة الاتصالية الأخرى، الفرق بين الدعوة والتعليم، الفرق بين العلاقات العامة والإعلان والدعوة، أهمية الدعوة وأهدافها ووظائفها)، خصائص الإعلام الإسلامي، مراجع الباب الأول.

الباب الثاني : عرض سريع لأهم نماذج الاتصال، نموذج لازويل وتعديلاته، نموذج شانون وويفر،نموذج دفيد برلو(وبالنسبة للمصدر ، المستقبل الذي يفك كود الرسائل، الرسالة، الوسيلة، الأبعاد الاجتماعية والنفسية للاتصال) مراجع الباب الثاني

الباب الثالث: الأنموذج الأول للاتصال الإسلامي، النموذج الأول لتحليل عملية الاتصال الإسلامي(المصدر، الرسالة الإعلامية، الوسيلة الإعلامية، المستقبل، الهدف)، مراجع الباب الثالث .

الباب الرابع: النموذج الثاني للاتصال الإسلامي: نموذج الاتصال الذاتي، المنبهات، المنبهات الداخلية، المنبهات الطبيعية، المنبهات الاجتماعية، المنبهات التنظيمية، المنبهات المعنوية. أجهزة استقبال المنبهات (السمع، البصر ، اللمس، الشم، التذوق، البصيرة)، الإدراك، التفكير، الاستجابة ورجع الصدى، مراجع الباب الرابع .

الجزء الثاني

الباب الخامس: النموذج الثالث للاتصال الإسلامي : نموذج الاتصال بين فردين

الفصل الأول: تعريف الداعية وأهدافه(تعريف الداعية، أهداف الداعية).

الفصل الثاني: المركز الاجتماعي للداعية

الفصل الثالث: اتجاهات الداعية(اتجاهات الداعية نحو نفسه، اتجاه الداعية نحو الموضوع، اتجاه الداعية نحو الجمهور).

الفصل الرابع: مستوى معرفة الداعية وثقافته العامة(مستوى معرفة الداعية عن نفسه، عن الموضوع، عن الجمهور، عن الظروف المحيطة،عن الظرف الاتصالي المناسب، ثقافة الداعية.الثقافة الإسلامية،التاريخية، الأدبية واللغوية، الإعلامية، العلمية، الخبرة الميدانية)

الفصل الخامس: صفات الداعية

الصفات الإقناعية(العدالة في الحكم على الأشياء، حسن التصرف، الموضوعية، الاتزان الانتمائي، القدرة على التذكر، الإحساس بالحياة، الصدق في الأقوال والأفعال، القدرة على الاتصال بالاخرين)

الصفات الخارجية "البدنية":(النظافة، الصحة النفسية والبدنية، البشاشة، الصفات النفسية، الصفات الجماعية، الصفات التنظيمية).

الفصل السادس: الداعية والانتقاء الإعلامي (حارس البوابة)، مراجع الباب الخامس، مصادر البحث ومراجعه، الفهرس، استدراك وتصويب

٢٩١- نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية : أمينة الصاوي وعبد العزيز شرف

القاهرة: مكتبة مصر (١٩٨٥)

الكتاب ليس به فهرس للمحتويات، في الأصل

المقدمة، المدخل: الإعلام وعملية الاتصال الجماهيري، تعريف الإعلام وكلمة الاتصال والمصدر، المصدر والرسالة والهدف، نموذج شانون، نموذج شرام

الفصل الأول : الإعلام في المجتمعات القديمة، الإعلام في مصر القديمة، الإعلام عند الإغريق، الإعلام في حضارة الفرس، الإعلام في الهند، الإعلام في الصين، اتصال العربي بالحضارة القديمة

الفصل الثاني : الإعلام في المجتمع العربي القديم

المجالس وآداب الإعلام، (السلام، والمصافحة)، الأعياد كوسيلة إعلامية، الأسفار والرحلات، دور الندوة، الملا، البريد كوسيلة اتصال، الخطابة وبلاغة الاتصال، الشعر والحضارة السمعية، أسواق الشعر والاتصال الجماهيري، الحكم والأمثال، القصص، علم الإنسان والتوثيق الإعلامي

الفصل الثالث :سيكولوجية الاتصال المجتمع القديم

البيئة الجغرافية، البيئة الاجتماعية، البيئة الاقتصادية، البيئة الفكرية، البيئة السياسية

الفصل الرابع: القرآن الكريم ونظرية الإعلام الإسلامي

(نزول القرآن الكريم، العلم، معنى الوحي)، (التفسير الإعلامي لفائدة إنزال القرآن منجماً)

الفصل الخامس: محمد عليه الصلاة والسلام الداعية الإعلامي الأمثل: فضل عقل الرسول صلى الله عليه وسلم، بلاغته وصمته، حلمه وصبره، تواضعه، وقاره، ورحمته وصلة الرحم، شجاعته

الفصل السادس: الأشكال الاتصالية في الدعوة الإسلامية

الاتصال الشخصي في الإعلام الإسلامي، الأحاديث النبوية الشريفة في الاتصال الشخصي والجمعي الحضاري، الاتصال الشخصي بالقبائل العربية، العوامل الوسيطة ومقاومة الدعوة الاتصال الجمعي، الخطب النبوية والاتصال الجمعي،

خطبة الوداع وحقوق الإنسان، صلاة العيدين والاتصال الجمعي، الحج والاتصال الإعلامي، الاتصال الحضاري في الإعلام الإسلامي

الفصل السابع: الدعوة الإسلامية وتطور الإعلام الإسلامي

منهج الإعلام الإسلامي، الدعوة الإسلامية لم تنتصر بالسيف، الفتوحات الإسلامية وانتصار الدعوة، الإعلام الدولي والاتصال التدويني في عهد الرسول، الجهاد وحرية الإعلام الإسلامي الإعلام الإسلامي في إفريقية

الفصل الثامن: الإعلام الإسلامي في حاضره

تطور الإعلام الإسلامي في وسائله، الإعلام الإسلامي في العصر الحديث، محمد بن عبدالوهاب ويقظة الإعلام الإسلامي، النهضة الإعلامية الإسلامية، الإعلام الإسلامي والجامعة الإسلامية، جمال الدين الأفغاني وتجديد الإعلام الإسلامي، العروة الوثقى والصحافة الإسلامية، انطلاقة جديدة للإعلام الإسلامي، إقبال والإعلام الإسلامي، إقحام القومية والعنصرية على الإسلام، إقبال يهاجم القاديانية، محمد عبده يهاجم الاستشراق، حملات الاستشراق الصليبي، سلبيات الإعلام المعاصرة في الأمة الإسلامية ، الصهيونية والخطر الدعائي والإعلامي (إشاعة الفوضى الشاملة، إثارة الفتن والوقيعة بين شعوب العالم، الإرهاب الفكري وإفساد الرأي العام، إشاعة الفوضى والفساد في المجتمع، افتعال، الأزمات الاقتصادية، القضاء على الأديان)، محاربة الصهيونية للاسلام، الإعلام العربي مهمة إسلامية

الفصل التاسع: الإعلام الإنساني والإعلام الدولي

الإعلام الإسلامي والإعلام الدولي، الإعلام الإسلامي والرأي العام العالمي، الإعلام الإسلامي وحقوق الإنسان، الإعلام الإنساني في الإسلام، الإعلام الإسلامي والمذاهب الوضعية

الفصل العاشر: الأسس الإعلامية للدعوة الإسلامية

الإعلام الإسلامي والفطرة الإنسانية (كرمه الله ورزقه ...، خلقه في أحسن تقويم، نفخ الله فيه من روحه، استخلفه الله في أرضه، مكنه الله تعالى في الأرض، مسؤول، فقير إلى الله، خلق في كبد، مبتلى من الله)، الأسس الاتصالية في الإعلام الإسلامي، مصدر الاتصال، المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي(الصدق،الصبر والثبات، الرحمة والعفو والتواضع، التواصل)

٢٩٢- وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام : أسامة يوسف شهاب

قطر: مجلة الأمة

إشارة تصدير : تعريف الاتصال، المقدمة : صلتي بالبحث

وسائل الاتصال وعلم العمران عند ابن خلدون ١٣٣٢- ١٤٠٦، الاتصال الإعلامي في الإسلام، دراسة وتحليل، طبيعة المرسل: الله عز وجل)، الأداة : جبريل عليه السلام)، الوسيلة: محمد صلى الله عليه وسلم)، الرسالة : الدين الإسلامي)، خصائص الرسالة الإسلامية،(نموذج للعملية الاتصالية)، المرسل إليه أو المستقبل: التغذية العاكسة، وسائل الاتصال في دعوة الإسلام، مدخل، الأذان، الصلاة الحج، الدعاء، السفارة الإسلامية ورسائل الرسول إلى الملوك والأمراء، التجارة، البريد في الإسلام، الاتصال واللغة، وسائل الاتصال في ضوء القرآن، السمع، البصر، البصيرة، الفؤاد، آفاق جديدة في الإعلام الإسلامي، هموم الإعلام الإسلامي، كلمة من المؤتمر الأول في الإعلام الإسلامي، مؤتمرات في الإعلام الإسلامي مؤتمر عملي في الإعلام الإسلامي، نموذجان تطبيقيان في الإعلام الإسلامي، الصحافة الإسلامية، السينما الإسلامية، الإعلام الإسلامي ...إعلام ثوري ... بين التغطية والواقع المعالم الجمالية في الإعلام الإسلامي، الخاتمة، ثبت المراجع

٢٩٣- وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة : محمد موفق الغلاييني

(جدة: دار المنارة ١٤٠٥)

قائمة المحتويات، المقدمة، أهمية الموضوع وأسباب اختياره، تمهيد: الوحدة التي يريدها الإسلام، الوحدة في العقيدة، الوحدة في النظام والتشريع، الوحدة في الاخلاق والسلوك، الوحدة في القيم والموازين

الباب الأول: كيف حقق الإعلام الإسلامي وحدة الأمة؟

تمهيد، مصادر ووسائل الإعلام قبل الإسلام، تعريف الإعلام الإسلامي، الإعلام لغة، الإعلام اصطلاحاً، الإعلام وليد البيئة ، الإعلام الإسلامي

الفصل الأول: القرآن الكريم المصدر الأول للنظرة الإسلامية للإعلام

الطابع الإعلامي للقرآن الكريم، المفاهيم والقيم الجديدة التي جاء بها القرآن الكريم، الأساليب الإعلامية القرآنية وأثرها في تحقيق الوحدة على صعيد الفكر والعقيدة، في المجال السياسي، في مجال الاخلاق والمثل؛ البلاغة القرآنية، التكامل الحيوي في طرح العقيدة، معالجة هموم الناس وحل مشاكلهم.

الفصل الثاني: السنة النبوية المصدر الثاني للنظرة الإسلامية للأعلام، الحديث النبوي، البلاغة التي يتحلى بها الحديث النبوية ، الخطبة النبوية ، الحديث النبوي وأثره في وحدة المسلمين

الفصل الثالث: الجهاد في سبيل الله أعظم وسائل الإعلام الإسلامي تحقيقاً للوحدة الإسلامية، تعريف الجهاد، مراحل التشريع للجهاد

الباب الثاني: الوسائل الإعلامية وأثرها في وحدة الأمة

المقدمة: تعريف وسائل الإعلام، وظيفة وسائل الإعلام في عملية التغيير، نصائح إعلامية في مجال عملية التغيير، وظيفة رجل الإعلام المسلم، وسائل الإعلام

ومقومات الوحدة الإسلامية، تصنيف وسائل الإعلام،

الفصل الأول: الوسائل الشفهية، المسجد، الخطابة، المحاضرة، الندوة، الاتصال الفردي،

الفصل الثاني: الوسائل السمعية البصرية

المسرح، كيف يؤدي المسرح مهمته، الوحدة الإسلامية والمسرح الخيالة (السينما)، نشأة الخيالة ومراحل تطورها، تأثيرها على الجمهور، كيفية الإفادة الخيالية في مجال الوحدة الإسلامية، الرائي (التلفزيون)، المميزات الأساسية للرائي وكيفية الإفادة منه، الثقافة الجماهيرية وإسهامها في قضية الوحدة، سلبيات الرائي وكيفية التغلب عليها، الأقمار الصناعية

الفصل الثالث : الوسائل السمعية، المذياع، المميزات المهمة للمذياع ، وكيفية الإفادة منها في مجال الوحدة الإسلامية، الشريط المسموع (الكاسيت)، الفصل الرابع : الوسائل المقروءة، مقدمة، الصحيفة نشأت الصحافة ، وظائف الصحافة وسماتها الرئيسية، دور الصحافة في الدعوة للوحدة الإسلامية ، أشكال التحرير الصحفية وكيفيته الأخبار، تفسير الأخبار، التعليق على الأخبار، الحديث الصحفي ، التحقيق الصحفي، المقالة الصحفية، المجلة، الوظائف والصفات المميزة للمجلة، الخصائص الواجب توافرها في المواد المكتوبة للمجلة، الكتاب، دور الكتاب في الوحدة الإسلامية

الباب الثالث : خطر الإعلام المعاصر على وحدة الأمة، المقدمة

الفصل الأول: الدعاية الغربية، الفلسفة الليبرالية والإعلام، خطر وسائل الإعلام الغربي على وحدة الأمة، التبشير ، الدراسات الاستشراقية، الغزو الثقافي، إضعاف الوازع الديني والخلقي بنشر المواد الهابطة٠

الفصل الثاني : الدعاية الشيوعية،الفلسفة الشيوعية، الفلسفة الشيوعية والإعلام،

موقف الشيوعية من الدين، أساليب الدعاية الشيوعيةالسيطرة التامة على وسائل، الترويج ، المباهاة ومقاومة الإعلام المعادي. خطر الدعاية الشيوعية على وحدة الأمة. إحلال الفلسفة المادية مكان العقيدة الإسلامية، تكوين الأحزاب الشيوعية في البلدان الإسلامية، تشويه دعوة التضامن الإسلامي،

الفصل الثالث: الدعاية اليهودية، جذور العداء، بث الدعاية اليهودية عبر التنظيمات، الماسونية، الصهيونية، أهداف الدعاية الإسرائيلية، المرتكزات الرئيسية لدعاية اليهودية، إسرائيل حقيقة تاريخية ونبوءة دينية، إسرائيل حقيقة حضارية مرتبطة بالغرب، استجداء العطف وادعاء اللاسامية، استلال الحوادث والتصريحات اللامسؤولة في العالم الغربي، وسائل الدعاية اليهودية وأثرها في تمزيق الأمة، الصحافة، الكتب، الإذاعة، السينما والمسرح، وكالات الأنباء.

الفصل الرابع: الإعلام العربي، المنطلقات الفكرية للأنظمة العربية، نشأة الإعلام العربي، أسباب ضعف الإعلام العربي، الواقع السياسي والاجتماعي، عدم التخطيط، إخفاء الحقائق وعدم السماح بحرية الرأي، الإعلام العربي ووحدة الأمة. على الصعيد الداخلي (العالم العربي).العلمانية والتشويه الفكري، خضوع وسائل الإعلام للدولة، تكريس الفرقة بتعدد الولاء، الثناء المستمر على الحكام، المبالغة والكذب ورفع الشعارات البراقة، استخدام العاطفة وغريزة القطيع، الفن الهابط. على الصعيد الخارجي (العالم الإسلامي)، تكريس الفرقة مع المسلمين، من غير العرب، التعتيم الإعلامي الخاتمة.،

النتائج العامة، العمل لإعادة الوحدة الإسلامية فريضة إسلامية، الوحدة الإسلامية ضرورة ملحة لإنقاذ البشرية، الإعلام أحد الوسائل الفعالة للدعوة للوحدة الإسلامية، مقترحات عملية في مجال الاستفادة من طاقة وسائل الإعلام لخدمة الوحدة الإسلامية التخطيط السليم، العمل على إيجاد الإعلامي المسلم، إحياء مهمة المسجد، العمل على إنشاء شبكة تلفزيونية واحدة للعالم العربي، العناية بالأفلام

التسجيلية، إنشاء شركة للانتاج السينمائي، العمل على إنشاء محطة اذاعية، إحياء وكالة الأنباء الإسلامية، تدريس مادة الحاضر الإسلامي، إصدار كتب أو نشرات تتولاها الهيئات الإسلامية، فهرس المراجع، فهرس الموضوعات

٢٩٤- وسائل وأساليب الاتصال الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية : زيدان عبد الباقي

القاهرة: مكتبة النهضة المصرية ١٩٧٩

مقدمة الطبعة الثانية، مقدمة الطبعة الأولى

الفصل الأول: في تحديد الاتصال

الفصل الثاني : الاتصال ظاهرة اجتماعية

الفصل الثالث : نظريات وسائل الاتصال

الفصل الرابع : الاتصال في الخدمة الاجتماعية

الفصل الخامس : الاتصال في مجالات علم الاجتماع

الفصل السادس : الاتصال في المجالات التربوية

الفصل السابع : الاتصال في المجالات الادارية

الفصل الثامن : الاتصال الإداري

الفصل التاسع : الاتصال والعلاقات العامة

الفصل العاشر : الاتصال الاتصالي والرسالات السماوية

(مخططة إعلامية لرسالة الإسلام)، المرسل، الأداة، الوسيلة، الرسالة، المرسل إليه أو المستقبل، التغذية العكسية، رسائل من الرسائل، الأساليب القرآنية الاتصالية، أساليب القرآن الاتصالية، أسلوب القصة، أمور وأخبار قرآنية إعلامية، الحوار

القراني الاتصالي الشيعة الإسماعيلية ، الشيعة الاثني عشرية

الرأي العام في المجتمع الإسلامي

حرية الرأي في الإسلام، الرأي العام الإسلامي، وظيفة الرأي العام في الإسلام، الاشاعات في المجتمع الإسلامي.

الفصل الحادي عشر: الاتصال في المجالات الاتصالية

الفصل الثاني عشر: الصحافة والإذاعة والتلفزيون والاتصال الإعلامي

الفصل الثالث عشر: وسائل الاتصال والرأي العام

الفصل الرابع عشر: الشائعات

الفصل الخامس عشر: منهاج البحث في الاتصال بالجماهير ، الفهرس .

٢٩٥- وسائل الاتصال الجماهيري وأثرها في الدعوة الإسلامية: عمر عوض الأحمدي-

المدينة المنورة: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، (رسالة ماجستير)

٢٩٦- وسائل الإعلام الجماهيري وأثرها في نشر الدعوة الإسلامية: نور الدين أحمد سليم

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٣هـ (رسالة ماجستير).

٢٩٧- وسائل الإعلام في العصر الحديث ودورها في توجيه الأفراد والمجتمعات وآثارها المضادة للدعوة الإسلامية وما يجب اتخاذه إزاءها:

المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة – المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية

٢٩٨- وسائل الإعلام المطبوعة في دعوة الأخوان المسلمين:محمد فتحي علي شعير

– جدة، الخبر: دار المجتمع، ١٤٠٥هـ، ٦٠٥ص، الاصل: رسالة ماجستير – الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، ١٤٠٤هـ

٢٩٩– وسائل الترفيه: ما يحل منها وما يحرم: ياسر عثمان جاد الله –

الإسكندرية: دار الدعوة، ١٤٠٥هـ.

٣٠٠– الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر :إجلال خليفة

–القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٤٠٠هـ، ٣٢٣ص.

٣٠١– الوسطية في الإعلام: منصور مصطفى السحلي

ط٢/ ١٩٩٣

٣٠٢– الوظائف الإعلامية في آفاق القصة القرآنية : محمد ناجي مشرح

(جدة: دار المجتمع ١٤١٢هـ)

مقدمة، نقل حياة السابقين، حياة إبراهيم عليه السلام والقدوة الحسنة، نقل حياة السابقين من خلال قصة يوسف عليه السلام، حياة ثمود الباذخة، التحذير والإنذار، وظيفة التحذير، مراقبة الله عز وجل، التعليم والفقه في الدين، الطاعة الكاملة لله ولرسوله (صلى الله عليه سلم)، الأدب من النبي (صلى الله عليه وسلم)، اليقظة من الأعداء، الإنذار، أسلوب التخويف، التذكير بمن أهلكه الجاه والسلطان، التذكير بمن أهلكه المال، الترهيب من أهوال القيامة وعذاب النار، العظة والعبر، ما معنى العظة والعبرة، العظة وبعض أساليب توصيلها، أسلوب تذكير النفس برابطة الإيمان، أسلوب العقاب، أسلوب التفكر واستعمال العقل، العبرة وبعض الأساليب الموصلة إليها، أسلوب التخويف من نتيجة الإعراض، التذكير بآيات الله العظام، التذكير بنعم الله تعالى ، التذكير بمعية الله ونصره،

٣٠٣- وظيفة الأخبار في سورة الأنعام : سيد محمد ساداتي الشنقيطي

الرياض : دار عالم الكتب للنشر والتوزيع ١٤١٠

تقديم، مقدمة (منهج الرسالة)، باب تمهيدي، الفصل الأول : تعريفات (تعريف الدلالة لغة، الدلالة في الاصطلاح، تعريف الإعلام لغة، تعريف الإعلام اصطلاحاً).

الفصل الثاني : نماذج من دلالات الإعلام في القرآن الكريم

ماهية الإعلام، في التوجه، الاتصال، في الوظيفة الأساسية، أسلوب السؤال والجواب، البلاغ.

الفصل الثالث : مدخل إلى الدراسة

لماذا وظائف الإعلام، معنى الوظيفة لغة، معنى الوظيفة في الاصطلاح العام،معنى الوظيفة في الاصطلاح الإعلامي ، معنى الخبر لغة واصطلاحاً،معنى النبأ لغة، معنى النبأ اصطلاحاً.

الباب الأول : الإخبار عن الله سبحانه وتعالى : موضوعاته وأساليبه

أسس منهج الحق(سرد المؤلف الآيات المتصلة بصفات الله بالترتيب الذي وردت به في السورة واستخدم منهج المفسرين، أي التعليق على كل آية أو مجموعة آيات...

الباب الثاني : الإخبار عن الغيب

أهمية الإخبار عن الغيب في حياة الناس، تعريف الغيب، أقسام الغيب

الفصل الأول : الإخبار عن الغيب في الحاضر : موضوعاته وأساليبه وآثاره حقيقة الوحي، حقيقة النوم، حقيقة الأجل (العمر)، عن الملائكة، عن الجن، حقيقة الرسالة، سبب الإعراض عن الحق،ما تكن الصدور

الفصل الثاني : الإخبار عن الغيب الواقع في المستقبل موضوعاته وأساليبه وآثاره،

حال الأمة في المستقبل، احتضار الكفار، النفخ في الصور، الحشر، الوعد والوعيد، يوم القيامة، مصاير المكلفين وأحوالهم في الآخرة .

الفصل الثالث : الإخبار عن الغيب في الزمن الماضي : موضوعاته وأساليبه وآثاره، توطئة، الأحداث، الأشخاص، المواقف والأحكام، عبر وعظات

الباب الثالث : الإخبار عن عالم الشهادة واقع الحياة

الفصل الأول: الإخبار عن الاشخاص: نماذجهم ومكانتهم،من حيث التاثير الإعلامي، الإخبار عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، الإخبار عن المؤمنين، الإخبار عن المشركين، الإخبار عن زعماء المشركين، الأخبار عن أهل الكتاب

الفصل الثاني : الإخبار عن الحقائق والأفكار : صنوفها وأساليب عرضها

الإخبار عن أفكار المشركين (منهج المشركين في التفكير، أفكار المشركين حول الحلال والحرام، تعليلات المشركين لأسباب انحرافهم)، الإخبار عن الحقائق التي جاء بها رسول الله صلى الله عليه وسلم

الفصل الثالث : الإخبار عن مظاهر الحياة ووقائعها

توطئة، الإخبار عن مظاهر حياة المشركين (الإخبار عن عبادة المشركين، إعراض المشركين عن الحق، جرائم وحماقات المشركين)، الإخبار عن مظاهر حياة المسلمين (عبادة المسلمين لله جل جلاله) الخاتمة :

٣٠٤- وظيفة الإعلام الإسلامي في الوحدة في عهد نور الدين محمود: فرحان حسن أسعد يوسف، إشراف عبد الحليم عويس ،

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ٤١٧ ورقة (رسالة ماجستير).

٣٠٥- الوظيفة الإعلامية للشعر الإسلامي المعاصر في قضية فلسطين: محمد منير الجنبار

–الرياض: دار عالم الكتب، ١٤٠٥هـ، ٥٨٣ص،.

٣٠٦- الوظيفة الإعلامية للمسجد: محمد ناجي مسلم ندى –

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠١هـ (رسالة ماجستير).

٣٠٧- وظيفة وسائل الإعلام في تنمية المجتمعات الإسلامية: إعداد إبراهيم مرزوق عبد الرحمن، إشراف كرم شلبي، عبد الغني حماد

[المدينة المنورة]: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠٥هـ، ١١٨ ورقة (رسالة ماجستير)

٣٠٨- الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي: علي رضوان أحمد الأسطل

(الزرقاء، الأردن: مكتبة المنار ١٤٠٤)

مقدمة (منهج البحث)

الباب الأول: وفود مكة الداخلية

الفصل الأول: الوفود القرشية

وفد قريش الأول إلى أبي طالب، وفد قريش لمنازلة أبي طالب، وفد قريش بعمارة بن الوليد، وفد قريش للرسول صلى الله عليه وسلم، الرسالة المضادة، وفد التحدي والمجادلة، الحرب الإعلامية، مطالب قريش، نتائج المعركة الإعلامية، التحدي وطلائع النصر، القرآن ومطالب قريش، بغيتهم وفشلهم.

إعداد رجل الإعلام وتجهيزه للبعث والوفادة، قريش والوفد الإعلامي الأول من حملة القرآن، وفد المساومة لاقتسام العبادة والزعامة، تأملات في البيان.

الفصل الثاني: الآثار الإعلامية للوفود الداخلية

مقدمة الاتصال، أهداف الاتصال الأساسية، الاتصال وأنواعه، بين الاتصال

الشخصي، والجماهيري، مميزات الإعلام الإسلامي في النمط والرسالة،

البدء في التوحيد الخالص، التزام الصدق، أسلوب الكشف عن واقع الضلال، أسلوب الشمول الإعلامي، الالتزام بالحجة، تكوين المجتمع المحصن ضد الدعاية المضادة.

الباب الثاني: وفود مكة الخارجية

الفصل الأول: وفود مكة إلى الخارج.

وفد قريش من أحبار يهود بالمدينة المنورة، الهجرة إلى الحبشة ووفودها (الوفد الإعلامي الأول، أسماء من هاجر الهجرة الأولى، خطاب النبي صلى الله عليه وسلم للنجاشي، وفد قريش الإعلامي للحبشة، المهاجرون أمام النجاشي، خيبة وفد قريش، البيان الصادق، وفد بني مخزوم إلى يثرب،

الفصل الثاني : وفود قادمة إلى مكة ، الوفادة الأولى لنصارى نجران، المحادثات بين الرسول صلى الله عليه وسلم وهذا الوفد، وفد قريش ومسلمي نجران، ما نزل فيهم من القران.

وفادة همدان الأولى، نسب همدان، أشخاص الوفد، سبب مجيء الوفد، محادثات الهجرة، قريش ووفود العرب.

وفد قريش والطفيل الدوسي، ذهاب الطفيل إلى بيت الرسول، الآية التي جعلت له، تأملات إعلامية.

الفصل الثالث: وفود يثرب الإعلامية.

تمهيد، مقدمة إعلامية: أبو الحيسر أنس بن رافع والإسلام.

وفد العقبة الأولى سنة ١١ من البعثة، وأشخاصها، وفد العقبة الثانية وبيعة النساء سنة ١٢ من البعثة بيعة العقبة الثانية، أشخاص الوفد، الدور الإعلامي لهذا الوفد، وفادة مصعب بن عمير، وفد العقبة الثالثة وبيعة الحرب سنة ١٣ من البعثة

أعضاؤها، سبب حضورها، محادثتها، العباس يتوثق للنبي ، عهد الرسول على الأنصار، النقباء

الفصل الرابع: الآثار الإعلامية للوفود الخارجية.

قدرة الإعلام الإسلامي على تجاوز الأزمات، الزمان والمكان المناسبان لهجرة الكلمة الإسلامية، الدعاية المضادة وأساليبها، نتائج إعلام الضلال، أساليب الإعلام الإسلامي ونتائجه، الآثار الإعلامية لوفود يثرب، (الإيمان الصادق بالدعوة، فنية الأسلوب الإعلامي، الإخلاص في الدعوة والصدق مع الله سبحانه، تحمل الأخطار في سبيل الإعلام بالدعوة، الجهاد في سبيل الله، أنواع الجهاد).

الباب الثالث: إعلام إسلامي في ضوء الوفود.

الفصل الأول: مصادر الإعلام الإسلامي.

القرآن الكريم، السنة النبوية، سيرة السلف الصالح، استنباط الفقهاء، التجارب.

الفصل الثاني: قواعد الإعلام الإسلامي ومميزاته.

قواعد الإعلام الإسلامي:-

الفقه في الدين، الإيمان العميق ، ثمرات الإيمان، شواهد السلوك، تعميق العقيدة الإسلامية، التواضع والإخاء، الاعتزاز بالله سبحانه على أعدائه، الجهاد في سبيل الله سبحانه، لا يخافون لومة لائم، متابعة هدي النبي ، التوكل الحكيم، إدراك هدف الإعلامي الإسلامي، إيجاد وعي إسلامي مستنير، أمثل الطرق لعرض الإسلام، العمل على تكوين اتجاه إسلامي دولي، تحرير الجامعات ومراكز البحث العلمي، الإعلام الخارجي.

مميزات الإعلام الإسلامي(وحي من عند الله سبحانه، الشمول، الثبات).

الفصل الثالث: أساليب الإعلام الإسلامي.

استعمال الحكمة في نشر الخبر، مظاهر الحكمة، التصدي لحملات التشكيك، منع التيارات المعاكسة للإسلام في وسائل الإعلام، حشد الطاقات الإسلامية ، القدوة الحسنة، الموعظة الحسنة، المجادلة بالتي هي أحسن، الاستقامة ووضوح الهدف.

الفصل الرابع: وسائل الإعلام الإسلامي

تمهيد ، الاتصال الشخصي المواجه المباشر، أهمية الاتصال الشخصي

الوفود، طهارة وسائل الإعلام، الخاتمة، المصادر والمراجع.، فهرس المواضيع.

٣٠٩- الوفود وأثرها الإعلامي في تكوين العلاقات العامة في العهد النبوي: إعداد خالد محمد حسن نزهة، إشراف عبد المجيد معاذ يوسف خضر،

المدينة المنورة: المعهد العالي للدعوة (رسالة ماجستير).

٣١٠- وكالة الأنباء الإسلامية الدولية في الميزان: سيد محمد ساداتي الشنقيطي، إشراف زين العابدين الركابي

الرياض: جامعة الإمام، المعهد العالي للدعوة، ١٤٠١هـ ١٧٨ ورقة + ملاحق (رسالة ماجستير).

تم بحمد الله وفضله

للاستفسار والتعليق والإضافة tahaazz@yahoo.com

فهرس بأسماء الكتب

٢٠- أسس الإعلام في عصر الخلافة الراشدة:عدنان صادق الدبسي

٢١- أسس تكامل المباديء والغايات بين البرامج الدينية والبرامج الأخرى: محمد عبدة يماني

٢٢- الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي : عبد الوهاب كحيل

٢٣- الأسس النظرية للإقناع : محمد محمد البادي ،

٢٤- الأسلوب الإعلامي في القرآن الكريم : محمد محمود أحمد سيد ابات الطلابي

٢٥- الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام: الشيخ محمد سيد طنطاوي،(٢٠٠١ م)

٢٦- الإشاعة وسلبياتها في المجتمع : علي بن إبراهيم الدرورة

٢٧- إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، د.محيي الدين عبد الحليم

٢٨- أصول الإعلام الإسلامي : د. إبراهيم إمام

٢٩- أصول الإعلام الإسلامي وأسسه: دراسة تحليلية لنصوص الأخبار في سورة الأنعام، سيد محمد ساداتي الشقنيطي

٣٠- أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته : إبراهيم محمد سرسيق

٣١- أضواء على الإعلام في صدر الإسلام : محمد عجاج الخطيب

٣٢- الإعلام الإسلامي:عبد العزيز صقر

٣٣- الإعلام الإسلامي : محمد قطب

٣٤- الإعلام الإسلامي : الأهداف والوظائف : سيد محمد ساداتي الشنقيطي

٣٥- الإعلام الإسلامي ، ببليوجرافيا الكتب والرسائل والبحوث الجامعية : محمد خير يوسف

٣٦- الإعلام الإسلامي التحديات والمواجهة : ماجي الحلواني

٣٧- الإعلام الإسلامي رسالة وهدف: سمير بن جميل راضي

٣٨- الإعلام الإسلامي عند أبي الأعلى المودودي: فاروق عبد الغني الصاوي

٣٩- الإعلام الإسلامي في تلفزيون العراق: د. هاشم أحمد نغميش

٤٠- الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية:سليم عبد الله سليمان حجازي

٤١- الإعلام الإسلامي في العهد الأموي: زكي رمضان الفرحان

٤٢- الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية : عبد القادر طاش

٤٣- الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: عبدالله قاسم الوشلي ،

٤٤- الإعلام الإسلامي النظري في الميزان : د. سعيد إسماعيل صيني

٤٥- الإعلام الإسلامي الواقع والطموح ، بحوث وأوراق عمل لعدة مؤلفين ،

٤٦- الإعلام الإسلامي وتنمية المجتمعات الإسلامية: محمد عبد العزيز علي الشيخ

٤٧- الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي ، مرعي مدكور

٤٨- الإعلام الإسلامي ودوره في إبطال الدعاة لتحديد النسل: (نقد إعلامي لفكر مالتس): مصطفى محمد سعد

٤٩- الإعلام الإسلامي ودوره في كشف التآمر الصليبي على العرب والمسلمين : مصطفى خميس هذال،

٥٠- الإعلام الإسلامي ومتغيرات العصر/ محمد بن عبد الله بن صالح السلامة

٥١- الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية : مرعي مدكور

٥٢- الإعلام الإسلامي :المبادئ- النظرية- التطبيق : أ.د محمد منير حجاب

٥٣- الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية : د. إبراهيم إمام

٥٤- الإعلام الإسلامي بين النظرية والتطبيق ، دراسة إعلامية دينية سياسية : محمد علي العويني

٥٥- الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق (دراسة إعلامية دينية سياسية) : د. محمد علي العويني ،

٥٦- الإعلام الإسلامي في التلفزيون: د. هاشم أحمد نغميش

٥٧- الإعلام الإسلامي... الواقع والحقيقة. رعد كامل الحيالي

٥٨- الإعلام الإسلامي والرأي العام : محمد محمود متولي

٥٩- الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية: النظرية والتطبيق : باحثين عدة

٦٠- الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية : محيي الدين عبد الحليم

٦١- الإعلام التبشيري في العصر الحاضر وموقف المسلمين منه: علي مصطفى أبو الذهب

٦٢- الإعلام التلفزيوني وآثاره في المجتمعات الإسلامية: حسني أحمد فريد جاد

٦٣- الإعلام الحربي في العهد النبوي: سليمان سليم سالم حميد،

٦٤- الإعلام الخليجي ودوره في مكافحة تيارات الإلحاد والانحراف: عبد الحليم عويس، مرعي مدكور

٦٥- الإعلام السياسي والإسلام: دراسة عن الرأي العام وكيف تصنعه وتسيطر عليه: موسى زيد الكيلاني

٦٦- الإعلام الشيوعي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية: يوسف محيي الدين أبو هلالة

٦٧- الإعلام الصهيوني وسبل مواجهته: إبراهيم بن عبد الله العمر

٦٨- الإعلام العربي من منظور إسلامي: محمود محمد سفر

٦٩- الإعلام عن الإسلام في غير ديار الإسلام: محيي الدين عبد الحليم

٧٠- الإعلام الغربي المعاصر وأثره في الامة الإسلامية: يوسف محيي الدين أبو هلالة

٧١- الإعلام فوق رمال متحركة: مريم عبد الله النعيمي

٧٢- الإعلام في الجامعات الإسلامية ، الدكتور هاشم أحمد نغيمش

٧٣- الإعلام في ديار الإسلام: بداية ورسالة: يوسف محيي الدين أبو هلالة

٧٤- الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبلغ الدعوة الإسلامية : محمد محمود متولي

٧٥- الإعلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم: أحمد عيد محمود دسة

٧٦- الإعلام في القرآن الجزء الأول: الجانب النظري : أحمد أحمد غلوش

٧٧- الإعلام في القرآن الكريم : عبد القادر حاتم

٧٨- الإعلام في خدمة الدعوة للائتمان الإسلامي : عبد الوهاب سليم الزيني

٧٩- الإعلام في صدر الإسلام : عبد اللطيف حمزة

٨٠- الإعلام في ضوء الإسلام : عمارة نجيب

٨١- الإعلام في العالم الإسلامي (الواقع ، المستقبل) : سهيلة زين الدين حماد

٨٢- الإعلام في المجتمع الإسلامي:حامد عبد الواحد

٨٣- الإعلام له تاريخه ومذاهبه: عبد اللطيف حمزة

٨٤- الإعلام موقف: محمود بن سفر

٨٥- الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، محمد إبراهيم نصر،

٨٦- إعلام المجاهدين الأفغان: غلام بن صديق غلام

٨٧- الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، مايؤثر فيه: يوسف محيي الدين أبو هلاله

٨٨- الإعلام والبيت المسلم: فهمي قطب الدين النجار

٨٩- الإعلام والحرب النفسية في ضوء معايير الإسلام: فهمي قطب مصطفى نجار

٩٠- الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي ؛ د. عبد القادر طاش،

٩١- الإعلام اليهودي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية: يوسف محيي الدين أبو هلالة

٩٢- الإعلان من منطوق إسلامي: د. أحمد عيساوي

٩٣- الإعلان في وسائل الإعلام وضوابطه الإسلامية: أحمد عبد الفتاح ضليمي

٩٤- إمكانية استخدام تقنيات التلفزيون في إنتاج البرامج الدينية: يحيى بسيوني مصطفى

٩٥- إمكانية استخدام الوسائل التعليمية في إعداد البرامج الدينية وتقديمها: محمد رضا أمين

٩٦- الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية، فهد عبد العزيز حمد الدعيج

٩٧- الأهداف الإعلامية في القصة القرآنية : محمد ناجي مشرح

٩٨- أهمية العناصر المرئية وطرق عرضها في البرامج الدينية: إبراهيم إمام

٩٩- البث المباشر حقائق وأرقام : د.ناصر بن سليمان العمر

١٠٠- بحوث في الإعلام الإسلامي :محمد فريد محمود عزت

١٠١- برامج الاحاديث الدينية التلفازية، إعدادها، تقديمها، إخراجها، خالد علي حسن أبو الخير

١٠٢- البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية: دراسة لاستطلاع أثر البرامج الإسلامية في جمهور المستمعين: إعداد عادل بن عبد الله الفلاح

١٠٣- البرامج الإسلامية في التلفزيون السعودي: أحمد حسن محمد أحمد

١٠٤- البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل، سيد محمد ساداتي الشقنيطي

١٠٥- البرامج الدينية في الإذاعة اليمنية:إعداد محمد حمود النهاري

١٠٦- البرامج الدينية المتقدمة من تلفزيونات الخليج:عبد القادر طاش

١٠٧- برامج القسم العربي في إذاعة إيران: عمر نصيب التهامي

١٠٨- البرنامج التلفزيوني - كتابته ومقومات نجاحه ؛ فاروق ناجي محمود

١٠٩- بصمات على ولدي:طيبة اليحيى

١١٠- بعض قضايا المسلمين والمسيحيين في إذاعة لندن: دراسة تطبيقية على برامج الأخبار والأحاديث من ١٢/ ١١/ ١٤٠٦هـ. ١٢/ ١٢/ ١٤٠٦هـ: محسن محمد علي عطية

١١١- بيان جاكرتا، مؤتمر الإعلام الإسلامي – مكة المكرمة: رابطة العالم الإسلامي،

١١٢- بين التعليم والإعلام: محمد الأمين الشقنيطي

١١٣- التأصيل الفقهي لقضايا الإعلام/ تنظيم الشركة الإعلامية العربية/ جدة،

١١٤- تاريخ الصحافة الإسلامية: أنور الجندي

١١٥- تاريخ الصحافة الإسلامية:تأليف يونس الشيخ إبراهيم السامرائي

١١٦- تجديد الخطاب الإسلامي الشكل والسمات/ عبد الكريم بكار

١١٧- تجربة الصحافة الإسلامية في الأردن في الخمسينات: صحيفة الكفاح الإسلامي: تأليف زياد أبو غنيمة

١١٨- التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام : محمود كرم سليمان

١١٩- التربية الإسلامية في صحافة الطفل: دراسة تطبيقية على مجلة ماجد الخليجية للفترة من ١/ ٧/ ١٤٠٤هـ الى ٣٠/ ١٢/ ١٤٠٤هـ: أسامة محمد علي مشعل

١٢٠- الترويج في الإذاعة والتلفاز في ضوء الإسلام: إعداد أحمد محمد العجل

١٢١- التصور الموضوعي لدراسة الإعلام الإسلامي :سيد محمد ساداتي الشنقيطي

١٢٢- التعبئة الإعلامية في الحروب الصليبية: أحمد الدسوقي سرور

١٢٣- التفسير الإعلامي لصحيح البخاري: د. محمد منير حجاب ،

١٢٤- تقويم إذاعة القرآن الكريم السعودية: دراسة استطلاعية لآراء الجمهور: نور الحق إبراهيم محمد صديق

١٢٥- التلفاز ودوره في عملية التغيير الاجتماعي: عيد بن مبارك آل زغير

١٢٦- التلفزة المغربية والغزو اللغوي الصليبي الفرنسي للمغرب: إدريس الكتاني

١٢٧- التلفزيون بين المنافع والأضرار، عوض منصور

١٢٨- التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية: سعيد بن مبارك آل زعير.

١٢٩- التمثيلية التلفازية واستخدامها في مجال الدعوة: محمد بن حسن هادي الأعرجي

١٣٠- التنصير ووسائل الإعلام في إندونيسيا: سوهيري إلياس نور الدين

١٣١- توجيهات إلى أصحاب الفيديو والتسجيلات: تأليف عبد الله بن جار الله الجار الله

١٣٢- التوجيه الصحي في الإعلام الإسلامي: محمد أنور المعتصم البارودي

١٣٣- التيار الديني والسياسة المصرية تجاه اسرائيل: دراسة تحليلية لمجلة الدعوة المصرية ١٩٧٧-١٩٨١م: أحلام السعدي فرهود،

١٣٤- التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية : يحيى بسيوني مصطفى وعادل الصيرفي

١٣٥- الثبات الخلقي بين الإعلام الإسلامي والإعلام المعاصر: أعدها أحمد علي قرة

١٣٦- الجانب الإعلامي في خطب الرسول(صلى الله عليه وسلم) : محمد إبراهيم محمد إبراهيم

١٣٧- الجانب الإعلامي في دعوة الشيخ محمد بن عبد الوهاب: رجب حجازي محمد حجازي

١٣٨- جريدة المسلمون: دراسة تحليلية: عبد الله بن مانع التويم،

١٣٩- جرائم الصحافة والنشر في ضوء القضاء والفقه:عبد الحميد الشواربي

١٤٠- الجهاد الإعلامي ، تأصيل وتفعيل : عبد الرحمن الرواشدي،

١٤١- جواز المثل والتمثيل من السنة والتنزيل: محمد حسين

١٤٢- الجوانب الإعلامية في حياة الرسول صلى الله عليه وسلم: مرحلة الإعداد والممارسة العامة في مكة :عبد الوهاب كحيل

١٤٣- الجوانب الإعلامية في القصص القرآني: أحمد ناجي مشرح

١٤٤- الحرب النفسية ضد الإسلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم في مكة ؛ تأليف عبد الوهاب كحيل

١٤٥- الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام سعيد بن علي بن ثابت

١٤٦- حرية الرأي في الإسلام: المضمون والمحدود، محمود يوسف مصطفى

١٤٧- الحقوق الإعلامية للقائم بالاتصال وضوابطها في ضوء الإسلام: إعداد حسن محمد ثابت

١٤٨- الحقيقة الغائبة في دراسة الصحافة الدينية: رؤية نقدية في ضوء آراء الدكتور أحمد حسين الصاوي:حماد إبراهيم حامد

١٤٩- حكم الإسلام في وسائل الإعلام:عبد الله ناصح علوان

١٥٠- حكم التمثيل في الدعوة إلى الله: تأليف أبي عبد الرحمن عبد الله محمد آل هادي.

١٥١- الخبر الصحفي بين الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي: دراسة مقارنة: أعده عبيد بن عبد الله السحيمي

١٥٢- الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية : كرم شلبي

١٥٣- الخطاب الإعلامي في الصحافة الإسلامية العراقية :محمد حمود حسن

١٥٤- الخطاب الإسلامي في الصحافة العربية ؛ د. محمد أحمد يونس ،

١٥٥- خصائص الصحافة الإسلامية وأهدافها:سليمان عثمان محمد

١٥٦- خطبة الجمعة والاتصال بالجماهير:محيي الدين عبد الحلي

١٥٧- دراسات إعلامية/ عبد القادر طاش

١٥٨- دراسات إعلامية في فكر ابن تيمية :د.سيد محمد ساداتي الشنقيطي

١٥٩- دراسة اقتصادية للإعلان في الاقتصاد الإسلامي:إعداد بيان محمد جميل طحان

١٦٠- دراسات في فن التحرير الصحفي:في ضوء معالم قرآنية : محمد فريد عزت

١٦١- دراسة نقدية لكتاب "الإعلام في صدر الإسلام" لعبد اللطيف حمزة: علي بن رباح المزيني

١٦٢- دراسة نقدية لكتاب "من قضايا الإعلام في ضوء القرآن" تأليف رمضان لاوند: عبد الله عيد الساوي

١٦٣- الدعاية السياسية في العصر الأموي:تأليف محمد منير حجاب

١٦٤- الدعاية في العهد النبوي: سالم محمد باكوين

١٦٥- الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي: محيي الدين عبد الحليم

١٦٦- الدعوة الإسلامية والإعلام الديني:عبد الله شحاتة

١٦٧- الدعوة الإسلامية ووسائل الإعلام المرئية: عبد الحكيم إبراهيم المحيص

١٦٨- الدعوة إلى الإسلام في وسائل الاتصال الجماهيرية : ميسر محمد يونس أمين

١٦٩- الدعوة إلى الإسلام وتحديات الإعلام المعاصر: تأليف عبد العليم عبد الرحمن خضر

١٧٠- الدعوة والإعلام في السيرة النبوية / نزيه محمد إعلاوي ،

١٧١- دور الإعلام الإسلامي في استتباب الأمن ومكافحة الجريمة: علي فائز الشهري

١٧٢- دور الإعلام الإسلامي في بناء الإنسان المثالي : محمد كامل الخجا

١٧٣- دور الإعلام الإسلامي في التنمية الاقتصادية: محمد توفيق عبد اللطيف البدري

١٧٤- دور الإعلام الديني : في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضارية :نوال عمر

١٧٥- دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية/ عبد المجيد شكري

١٧٦- الدور الإعلامي لرئاسة إدارات البحوث العلمية والافتاء والدعوة والإرشاد: دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية والخليج: إعداد علي سعود المهيدب، سليمان علي الناصر

١٧٧- دور البرامج الدينية في معالجة قضايا ومشكلات المجتمع: محمد عبد العليم مرسي

١٧٨- دور البرامج الدينية في مواجهة الإلحاد والانحراف: سعيد بن عبد الله حارب

١٧٩- دور البرامج في إبراز خصائص شعوب الخليج والتذكير بدورها في خدمة الإسلام وتقديم العطاء الفكري والحضاري: سعيد بن مبارك آل زغير

١٨٠- دور التلفاز في تنمية المجتمع الإسلامي:إعداد عواد عايد الحازمي

١٨١- الرأي العام الإسلامي وقوى التحريك: زهير الأعرجي

١٨٢- الرأي العام بين المفهوم الغربي والمفهوم الإسلامي: عبد الرحيم محمد المغذوي

١٨٣- الرأي العام، دراسة تأصيلية تطبيقية على عصر الخلافة الراشدة: سعيد بن حلي بن ثابت

١٨٤- الرأي العام في الإسلام: محمد عبد الرؤوف بهنسي

١٨٥- الرأي العام في الإسلام: محيي الدين عبد الحليم

١٨٦- الرأي العام في ضوء الإسلام: سيد محمد ساداتي الشنقيطي

١٨٧- الرأي العام في عهد النبوة والخلفاء الأربعة: عوامل تكوينه، وخصائصه، وقواعد مخاطبته:إعداد سعيد بن علي بن ثابت

١٨٨- رحلة الضياع للإعلام العربي المعاصر: يوسف العظم

١٨٩- الرسالة الإعلانية في منظور إسلامي بالتطبيق على إعلانات التلفاز في المملكة العربية السعودية: مقدمة من يحيى عبد الله الجفري

١٩٠- الرسوم الساخرة في الصحافة: الكاريكاتور: دراسة تحليلية تقويمية: تأليف سليمان بن محمد الشبانة

١٩١- الرقابة في الإعلام الإسلامي ، دراسة مقارنة: محمد احيدب عمر

١٩٢- ركائز الإعلام في دعوة إبراهيم عليه السلام : د. سيد محمد الساداتي،

١٩٣- سموم على الهواء: إعداد فريد إسماعيل التوني

١٩٤- السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية

١٩٥- السيرة النبوية والإعلام الإسلامي: أمينة الصاوي وعبد العزيز شرف ومحمد عبد المنعم الخفاجي

١٩٦- سيكولوجية الرأي والدعوة: تأليف رؤوف شلبي

١٩٧- الشائعات في الميدان الإعلامي وموقف الإسلام منها:إعداد عبد الرحمن أبو بكر الجزائري

١٩٨- الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية، الإعلام الإسلامي: مفاهيم وتجارب : زهير الأعرجي

١٩٩- شروط القائم بالاتصال عند المسيحيين والمسلمين: دراسة مقارنة: سعيد إسماعيل صالح صيني

٢٠٠- صحافة الاتجاه الإسلامي في مصر منذ بداية القرن التاسع عشر حتى نشوب الحرب العالمية الأولى: جمال النجار

٢٠١- الصحافة الإسلامية: أنور الجندي

٢٠٢- الصحافة الإسلامية في البلاد العربية بعد منتصف القرن العشرين ودورها في الدعوة: فؤاد توفيق العاني

٢٠٣- الصحافة الإسلامية في العراق ١٨٦٩ - ٢٠٠٧ ، طه أحمد الزيدي

٢٠٤- الصحافة الإسلامية في مصر بين عبد الناصر والسادات (١٩٥٢-١٩٨١): محمد منصور محمود هيبة

٢٠٥- الصحافة الإسلامية في مصر في القرن التاسع عشر: سامي عبد العزيز الكومي

٢٠٦- الصحافة الإسلامية في مصر: محمد منصور محمود هيبه

٢٠٧- الصحافة الإسلامية في الهند: تاريخها وتطويرها: سليم عبد الرحمن خالد

٢٠٨- الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة: فؤاد توفيق العاني

٢٠٩- الصحافة الدينية في العراق ببلوغرافيا شاملة خلال قرن: خطاب جبار العبادي- ٢٠٠٢

٢١٠- الصحافة في ضوء الإسلام: مصطفى الدميري

٢١١- الصحافة الأخبارية والمسؤولية الإسلامية للمندوب الصحفي: مرعي مدكور

٢١٢- صحافة الطفل المسلم/ ودورها في تفكيره وتكامل شخصيته/ عبد الله بن عبد الرحمن الماجد

٢١٣- الصحافة في نصف عمود: أحمد محمد جمال

٢١٤- الصحافة المهاجرة: دراسة وتحليل: حلمي محمد القاعود

٢١٥- صحافة النجف ١٩١٠-١٩٦٨م، دراسة تأريخية تحليلية في اتجاهات الصحافة النجفية، د. هاشم أحمد نغيمش

٢١٦- الصحافة والأقلام المسمومة: أنور الجندي،

٢١٧- صحيفة اللواء: دراسة تاريخية وفنية: محمد أحمد حسن الطه

٢١٨- الصفحات الدينية في الصحف والمجلات السعودية: دراسة مقارنة وتحليل مضمون: حسن إبراهيم الشريف

٢١٩- صفات مقدمي البرامج الإسلامية، في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان يوسف،

٢٢٠- الصفحات الدينية المتخصصة في الصحف العربية: دراسة تحليلية تقويمية مقارنة لعينة من الصحف اليومية: إعداد جواد راغب أيوب الدلو

٢٢١- الصورة النمطية للاسلام والعرب في مرآة الإعلام الغربي: تأليف عبد القادر طاش

٢٢٢- ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية: يوسف محمد قاسم

٢٢٣- ضوابط الحرية في الإعلام الإسلامي: محمد بن سعود البشر،

٢٢٤- الطب وسيلة اتصال إعلامية: محمد رجائي حسين علي أحمد

٢٢٥- طرق إحكام الرقابة على وسائل الغزو الفكري والخلقي: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب

٢٢٦- عاطفة الحب بين الإسلام ووسائل الإعلام: عبد الرحمن واصل

٢٢٧- العروة الوثقى: دراسة تحليلية لمقومات نجاح الصحافة الإسلامية: منير حجاب

٢٢٨- العلاقات العامة والإعلام في الإسلام: محمود يوسف مصطفى

٢٢٩- العلاقات العامة في عصر النبوة: مصطفى الدميري

٢٣٠- العلاقات العامة والخاصة في الإسلام: يوسف محمد عبد المقصود

٢٣١- عملية الرقابة على الأشرطة المسموعة والمرئية في المملكة العربية السعودية: دراسة وصفية تحليلية: خالد محمد فاضل السادات

٢٣٢- عوامل تكوين الرأي العام في المجتمع السوداني:عبد السلام سليمان سعد

٢٣٣- فقه الدعوة والإعلام : عمارة نجيب

٢٣٤- الفلم القرآني: عبد الرحمن الباني

٢٣٥- فن التحرير الصحفي الإسلامي وتطبيقاته العملية في مجلة "الأمان" في عامين (١٣٩٩-١٤٠٠هـ): إعداد سليمان عثمان محمد

٢٣٦- القدوة الحسنة وأثرها في الإعلام بالإسلام: عبد الله سعد الضياف

٢٣٧- القمر الصناعي الإسلامي تحد حضاري وضرورة عصرية: ماجي الحلواني

٢٣٨- قواعد الرسالة الإعلامية في الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي: محمود بن محمد الامين باب

٢٣٩- قياس الرأي العام/ دراسة نقدية في ضوء الإسلام سعيد بن علي بن ثابت

٢٤٠- قيمة الحرية في الإعلام الإسلامي:إعداد محمد عبد الله المشرف

٢٤١- كيف نخدم الإسلام من خلال الانترنت/ تركي بن أحمد العصيمي ،

٢٤٢- مبادئ الإعلام الإسلامي : منير حجاب

٢٤٣- مدخل إلى الإعلام : سيد محمد ساداتي الشنقيطي

٢٤٤- مدخل إلى الإعلام الإسلامي : سعيد إسماعيل صيني

٢٤٥- مدخل إلى الإعلام والجهاد من المنظورين الإسلامي والوضعي : نور الحق إبراهيم

٢٤٦- مدخل تكنولوجيا التعليم وتطبيقاته في البرامج الدينية: إبراهيم إمام

٢٤٧- المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي: عمارة نجيب

٢٤٨- المرأة بين الإعلام الإسلامي والإعلام المعاصر: شحاتة محمد السيد نور الدين

٢٤٩- مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد : دكتور رشدي شحاتة أبو زيد

٢٥٠- المسؤولية الإعلامية في الإسلام : محمد سيد محمد

٢٥١- مسؤولية الإعلام الإسلامي في مواجهة الدعاية الصهيونية: موسى إبراهيم حسن أبو عزب

٢٥٢- مسيرة ثماني سنوات من عمر صفحة الشؤون الدينية بجريدة الوطن: بقلم سالم أحمد الناشئ

٢٥٣- مصاهرات الرسول صلى الله عليه وسلم للقبائل وآثارها الإعلامية: حسين إبراهيم الأحمدي

٢٥٤- مصادر الأخبار في العهد المدني، وبه دراسة تحليلية مقارنة لمصادر الاخبار الحديثة في ضوء منهج الإسلام في الخبر: تأليف أحمد محمد محمد المزعنن

٢٥٥- المضمون الإسلامي للصحافة الإسلامية، مع دراسة تحليلية لمجلة "سيدتي": محمد ضياء الدين ملا جفجي

٢٥٦- معالجة الصحافة السعودية لقضايا الأقليات المسلمة في العالم: جواد راغب الدلو

٢٥٧- مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم: دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله:سيد محمد ساداتي الشنقيطي -

٢٥٨- مفهوم المسرح الإسلامي والمسرح الغربي ، دراسة مقارنة : عدنان محمد وزان

٢٥٩- مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي ، كتاب عدة

٢٦٠- مقدمة السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية: د. عبدالله بن عبد المحسن التركي

٢٦١- مقدمة علمية لدارسي الإعلام/ ماجد عبد العزيز التركي:

٢٦٢- مقومات رجل الإعلام الإسلامي : تيسير محجوب الفتياني

٢٦٣- مكانة الأمن في الدولة الإسلامية وكفالة حرية الإعلام الإسلامي: فهد بن عبد العزيز حمد الدعيج

٢٦٤- مكانة الصحافة في نشر الدعوة الإسلامية: عبد العزيز بن محمد زين

٢٦٥- ملامح من الثقافة الإسلامية في الإعلام السعودي المعاصر: سليمان بن محمد العيدي

٢٦٦- من خصائص الإعلام الإسلامي : محمد خير رمضان يوسف

٢٦٧- من عمق الروح وصلب الفكر: دراسات في الأدب والتاريخ والإعلام الإسلامي:سهيلة زين العابدين حماد

٢٦٨- من فقه الإعلام الإسلامي:عمر التلمساني

٢٦٩- من قضايا الإعلام في القرآن : رمضان لاوند

٢٧٠- من قضايا الفكر في وسائل الإعلام: بقلم حمد بكر العليان

٢٧١- منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية: سليم عبد الله حجازي

٢٧٢- منهج الإعلام الإسلامي في توثيق العلاقات في الأمة الإسلامية: محمود محمد الأمين باب

٢٧٣- المؤثرات الخارجية في الإعلام العربي: مصطفى بن محمد فكي صالح

٢٧٤- موازين الإعلام في القرآن الكريم: عزالدين بليق

٢٧٥- موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الديني: دراسة تحليلية لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية: محمد منير محمد صابر حجاب

٢٧٦- الموقف من السينما الإسلامية : محمد وليد جداع

٢٧٧- نحو إعلام إسلامي: كامل البوهي

٢٧٨- نحو إعلام إسلامي ، إعلامنا إلى أين؟ : علي الجريشة

٢٧٩- نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية:إبراهيم إمام

٢٨٠- نحو تأصيل للدراسات الاتصالية : سيد محمد ساداتي الشنقيطي

٢٨١- النظرة الإسلامية للإعلام: محاولة منهجية : محمد كمال الدين إمام

٢٨٢- نشر الجريمية والعنف في وسائل الإعلام وموقف الإسلام منه: فتحي كامل خفاجي

٢٨٣- نظريات الإعلام الغربية في ضوء الإسلام: محمد بن صدقة حنيفة

٢٨٤- نظريات إعلامية في التخذيل والتثبيت في العصر النبوي: عبد الحميد زين الدين خوجة

٢٨٥- النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية:فؤاد سيد عبد الرحمن الرفاعي

٢٨٦- نقد التجربة الإعلامية الإسلامية/ محمد سعيد جربوعة

٢٨٧- نظريات الإعلام الإسلامي : منير حجاب

٢٨٨- نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية : أمينة الصاوي وعبد العزيز شرف

٢٨٩- وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام : أسامة يوسف شهاب

٢٩٠- وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة : محمد موفق الغلاييني

٢٩١- وسائل وأساليب الاتصال الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية : زيدان عبد الباقي

٢٩٢- وسائل الاتصال الجماهيري وأثرها في الدعوة الإسلامية: عمر عوض الأحمدي

٢٩٣- وسائل الإعلام الجماهيري وأثرها في نشر الدعوة الإسلامية: نور الدين أحمد سليم
٢٩٤- وسائل الإعلام في العصر الحديث ودورها في توجيه الأفراد والمجتمعات: المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة
٢٩٥- وسائل الإعلام المطبوعة في دعوة الأخوان المسلمين:محمد فتحي علي شعير
٢٩٦- وسائل الترفيه: ما يحل منها وما يحرم: ياسر عثمان جاد الله
٢٩٧- الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر:إجلال خليفة
٢٩٨- الوسطية في الإعلام: منصور مصطفى السحلي
٢٩٩- الوظائف الإعلامية في آفاق القصة القرآنية : محمد ناجي مشرح
٣٠٠- وظيفة الأخبار في سورة الأنعام : سيد محمد ساداتي الشنقيطي
٣٠١- وظيفة الإعلام الإسلامي في الوحدة في عهد نور الدين محمود: فرحان حسن أسعد يوسف،
٣٠٢- الوظيفة الإعلامية للشعر الإسلامي المعاصر في قضية فلسطين: محمد منير الجنبار
٣٠٣- الوظيفة الإعلامية للمسجد: محمد ناجي مسلم ندى
٣٠٤- وظيفة وسائل الإعلام في تنمية المجتمعات الإسلامية: إعداد إبراهيم مرزوق عبد الرحمن،
٣٠٥- الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي: علي رضوان أحمد الأسطل
٣٠٦- الوفود وأثرها الإعلامي في تكوين العلاقات العامة في العهد النبوي: خالد محمد حسن نزهة،
٣٠٧- وكالة الأنباء الإسلامية الدولية في الميزان: سيد محمد ساداتي الشنقيطي.